UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: SOCIOLOGÍA

TRABAJO DE GRADO

REDES SOCIALES: INTERACCIONES REALES EN UN MUNDO VIRTUAL

Tesista: *Jesus Alejandro Arellano Brito*

Tesista: *Adriana Isabel De Olim Texeira*

Tutor: *Carlos Castro*

Caracas, 5 de octubre de 2015

CÓDIGO*(para ser llenado por la secretaría de la escuela)	
TÍTULO (máximo 120 caracteres)	REDES SOCIALES: INTERACCIONES REALES EN UN MUNDO VIRTUAL
TUTOR	Carlos Castro
AUTOR(ES)	Jesus Alejandro Arellano Brito Adriana Isabel De Olim Texeira
ÁREA	Sociología, Interacción Social, Internet, Redes Sociales.
NÚMERO DE PÁGINAS	84 páginas
TEORÍA (S) EXPLICATIVA(s)	Interacción social, Interacciones sociales en la Vida Cotidiana, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), Redes Sociales, Uso de Redes Sociales, Redes Sociales según la Sociología y Generación Y.
TIPO DE INVESTIGACION	Cuantitativo
TIPO DE DISEÑO	Estudio de campo, no experimental, transversal, exploratorio/descriptivo
POBLACIÓN	Jóvenes estudiantes universitarios
TIPO DE MUESTREO	Muestreo probabilístico
MUESTRA	199 estudiantes de pregrado de la UCAB
UNIDAD DE ANÁLISIS	Los estudiantes
VARIABLES	Nivel de Uso de Internet / Redes sociales, Nivel de interacciones cara a cara, Nivel de ansiedad ante las interacciones cara a cara, carrera, sexo, año académico y edad.
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Encuestas
RESUMEN (Máximo 25 líneas)	La siguiente investigación, es de carácter exploratorio/descriptivo y de tipo cuantitativo, la misma indaga sobre cuáles son los niveles de interacción social tanto virtual como cara a cara en los jóvenes estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán. Se tomó una muestra representativa de 199 estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán para el año académico 2014 – 2015, distribuida proporcionalmente por cada carrera entre los turnos diurno y vespertino. Se aplicó un cuestionario en donde se recolectó la información referente al uso de las Redes Sociales, el Internet y las Interacciones Sociales en los ámbitos de la vida cotidiana. Arrojando como conclusión que, los niveles de Interacción Social tanto virtual como cara a cara siguen siendo altos porque a través de ellos se pueden crear lazos de amistad, se identificó que el Nivel de Inmersión es cada vez más elevado, ya que en la actualidad el Internet es utilizado por la mayoría de las personas y aún más en la población joven, por último existe una clara relación entre las Redes Sociales y las Interacciones cara a cara ya que ambas contribuyen a que el individuo mantenga contacto con los otros, es decir, el Internet y las Redes Sociales son una forma complementaria de la comunicación presencial. **Palabras claves:** jóvenes, estudiantes, universitarios, interacción social virtual, interacciones sociales, Internet, Redes Sociales, Web 2.0, Prosumers.

DEDICATORIAS

Primera Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mi abuela Mercedes que a lo largo de su vida me enseñó a crecer como persona y a encontrar la felicidad en los pequeños detalles de la vida, prueba de ello es haber llegado y cumplido todas mis metas con éxito.

Además de esto, quisiera hacer una dedicatoria y agradecimiento especial a Marisela Texeira, Humberto De Olim, mis padres y Clemente Teixeira, abuelo, que fueron y son los pilares más importantes de mi vida, sin su apoyo incondicional y amor no podría haber culminado esta etapa importante de mi vida.

Adriana De Olim.

Segunda Dedicatoria

A la Divinidad y a la Madre Naturaleza quienes permiten que todo esto sea posible.

Y a todo aquel que le interese este tema y encuentre útil esta tesis.

Jesus Arellano.

AGRADECIMIENTOS

Primer Agradecimiento

A Dios por haber creado todas las cosas maravillosas que nos rodean, en especial al hombre, que lo hizo a su imagen y semejanza. Gracias Dios, Gracias. A la Virgen de Fátima que a lo largo de estos 5 años ha escuchado cada una de mis plegarias. Gracias a mis abuelos que me enseñaron lo difícil que es la vida y que me dio una madre maravillosa, lo cual agradezco. Agradezco a mis padres por darme apoyo y consejo en todo momento y por darme una educación de primera. Asimismo, doy gracias por haberme dado un hermano Miguel Andrés que he fastidiado (seguiré haciéndolo) y apoyado en todas sus decisiones (gracias hermanito por dictarme las respuestas de cada una de las encuestas y así poder pasar todo a SPSS con mucha rapidez). Quiero dar un agradecimiento especial a Horacio Morales que ha estado conmigo en las buenas y malas y ha escuchado cada uno de mis problemas, así me alentado a seguir adelante con dicho trabajo, muchas gracias mi amor.

Gracias a todos mis profesores, compañeros, amigos, a la Escuela de Ciencias Sociales, a la Dirección de Identidad y Misión, a la Universidad Católica Andrés Bello y a todas las personas que estuvieron presentes a lo largo de esta etapa, en especial a nuestro tutor Carlos Castro, gracias por aventurarte con nosotros a la creación de este trabajo y que a pesar de todos los contra tiempos nos estuviste apoyando en todo momento. A cada uno de ustedes gracias por alimentar mi conocimiento y así ir enriqueciendo mi formación como socióloga.

Aunque de último, pero no menos importante, agradezco la paciencia, el cariño y el apoyo de mi compañero Jesus Arellano, gracias por estos 5 años de amistad. Gracias a todas las personas que participaron en la encuesta.

Gracias a todas aquellas personas que no confiaron en mí, pero aun así me dieron las fuerzas para culminar con este proyecto. Por último, gracias a todos por haber sido quienes fueron y por haberme acompañado a lo largo de este viaje.

Adriana De Olim.

Segundo Agradecimiento

En este largo trayecto que me ha llevado a la culminación de mi carrera tengo muchas personas a las cuales agradecerle por su esfuerzo, apoyo y confianza en mí. No me alcanzaría el espacio para tan siquiera nombrar a la mitad de todas aquellas personas que de una u otra forma siempre he contado con ellas; mis familiares cercanos, mis maestros, mis profesores, mis amigos, mis compañeros, todos ellos que han estado para mí, tienen mi gratitud. Sin embargo, las personas que incondicionalmente siempre han estado conmigo tanto en mis montañas como en mis valles se merecen mi agradecimiento expreso:

Ante todo a mi madre, Belkys, porque siempre fuiste, eres y serás mi apoyo, quien sin pedir nada a cambio siempre me das tu mano incondicional en todo sentido. Gracias.

A mi hermano, Cristopher, por ser una de las pocas personas que desde el principio creyó en mí y me dio la fuerza para continuar a pesar de los problemas. Gracias.

A mis maestros, simplemente a ustedes; Gracias.

A mis amigos, quienes siempre me han apoyado y ayudado en todo lo que he necesitado. Siendo sus consejos, aliento y palabras lo que más he apreciado de ustedes; Jacqueline, Patricia y Reinaldo. Gracias.

A mis profesores de universidad, todos los que les debo el conocimiento que ha llevado en orden esta tesis. Gracias.

A mi compañera de tesis, Adriana, por todos estos años de apoyo en la universidad. Gracias.

Jesus Arellano.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN 10

Objetivo General de la Investigación 18

Objetivos específicos 18

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO 19

1.1 Interacciones Sociales 19

1.2 Interacciones Sociales en la Vida Cotidiana 21

1.3 Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) 23

1.4 Redes Sociales 24

1.5 Uso de Redes Sociales 26

1.6 Redes Sociales según la Sociología 30

1.7 Generación Y 33

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO 35

2.1 Diseño de Investigación 35

2.2 Población y Muestreo 36

2.3 Técnica de Recolección y Procesamiento de los Datos 38

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS 43

3.1 Caracterización de la Muestra 43

3.2 Análisis Descriptivo 45

3.3 Análisis Explicativo 54

1. Análisis del Nivel de Uso de Internet y Redes Sociales 54
2. Análisis del Nivel de Interacción Cara a Cara 57
3. Análisis del Nivel de Ansiedad Social 59
4. Análisis Factorial 60

DISCUSIÓN 69

CONCLUSIONES 71
RECOMENDACIONES 73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 74
ANEXOS 78
Anexo A. Cuestionario de Uso Problemático de Internet 78
Anexo B. Escala de ansiedad ante la interacción social 80
Anexo C. Cuestionario Final. 81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución por Escuela 44
Gráfico 2. Distribución de sexos 44
Gráfico 3. Distribución por Edad 45
Gráfico 4. Medios de Conexión a Internet (En frecuencias) 47
Gráfico 5. Horas de conexión en Internet (En porcentaje) 47
Gráfico 6. Horas de conexión a Redes Sociales (En porcentaje) 48
Gráfico 7. Red Social que visita con mayor frecuencia (En porcentaje) 48
Gráfico 8. Red Social favorita (En porcentaje) 49
Gráfico 9. Frecuencia de reuniones presenciales y virtuales (En porcentaje) 50
Gráfico 10. Puntuaciones según sexo (en medias) 51
Gráfico 11. Uso Problemático de Internet por Escuela (En medias) 52
Gráfico 12. Nivel de Ansiedad Social por Escuela (En medias) 52
Gráfico 13. Uso Problemático de Internet por Edad (En medias) 53
Gráfico 14. Nivel de Ansiedad Social por Edad (En medias) 54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución por Edad 45
Tabla 2. Frecuencia de Conexión a Internet 46
Tabla 3. Puntuaciones según sexo 51

Tabla 4. Facilidad para relacionarse presencialmente 58
Tabla 5. Facilidad para relacionarse virtualmente 58
Tabla 6. Comunalidades 61
Tabla 7. Varianza total explicada 61
Tabla 8. Comunalidades 62
Tabla 9. Varianza total explicada 62
Tabla 10. Comunalidades 62
Tabla 11. Varianza total explicada 62
Tabla 12. Comunalidades 65
Tabla 13. Varianza total explicada 65
Tabla 14. Comunalidades 65
Tabla 15. Varianza total explicada 65
Tabla 16. Comunalidades 66
Tabla 17. Varianza total explicada 66

RESUMEN

La siguiente investigación, es de carácter exploratorio/descriptivo y de tipo cuantitativo, la misma indaga sobre cuáles son los niveles de interacción social tanto virtual como cara a cara en los jóvenes estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán. Se tomó una muestra representativa de 199 estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán para el año académico 2014 – 2015, distribuida proporcionalmente por cada carrera entre los turnos diurno y vespertino. Se aplicó un cuestionario en donde se recolectó la información referente al uso de las Redes Sociales, el Internet y las Interacciones Sociales en los ámbitos de la vida cotidiana. Arrojando como conclusión que, los niveles de Interacción Social tanto virtual como cara a cara siguen siendo altos porque a través de ellos se pueden crear lazos de amistad, se identificó que el Nivel de Inmersión es cada vez más elevado, ya que en la actualidad el Internet es utilizado por la mayoría de las personas y aún más en la población joven, por último existe una clara relación entre las Redes Sociales y las Interacciones cara a cara ya que ambas contribuyen a que el individuo mantenga contacto con los otros, es decir, el Internet y las Redes Sociales son una forma complementaria de la comunicación presencial.

Palabras claves: jóvenes, estudiantes, universitarios, interacción social virtual, interacciones sociales, Internet, Redes Sociales, Web 2.0, Prosumers.

INTRODUCCIÓN

Las personas siempre han demostrado la necesidad de mantenerse comunicados y de interactuar con los demás, siendo esta la base indiscutible de la sociedad; la necesidad de interacción de los individuos es lo que ha permitido que la humanidad se desarrolle como especie y se mantenga a lo largo de la historia como la dominante en cuanto a población uso de recursos y tecnología.

Por tanto, la interacción y las relaciones sociales son las que mantienen viva a la sociedad. Es por ello que los individuos siempre han procurado formas eficaces de mantener el vínculo social. A través del tiempo y de la historia de la humanidad se han creado progresivamente nuevas formas de comunicación, iniciando con el nacimiento de los idiomas, la escritura, la imprenta, entre otros; las cuales han ayudado al desarrollo de la sociedad. Uno de los ejemplos más reciente son las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) las cuales son "el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro (…) Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro" (BEIT S.L., 2006)

Estas nuevas tecnologías se han manifestado a través del tiempo de diferentes formas; desde la invención del telegrama a la creación del Internet, el cual es una "Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación." (Real Academia Española, 2014)

Desde el inicio del Internet la comunidad académica ha tomado diferentes posturas en relación a la utilidad y seguridad de su uso. Se pueden observar tres posturas en específico. La primera de ellas muestra al uso de Internet y las Redes Sociales como herramientas de doble filo:

> De este modo, el cambio de la vida social por la virtual a través de las redes sociales es uno de los mayores peligros del uso abusivo de las nuevas tecnologías para los jóvenes. En estas tecnologías consiguen una pericia muy superior a la de sus progenitores, lo que les ha llevado a

> entender las redes digitales como una oportunidad y una forma de independencia. (Oliva, 2012)

Desde este enfoque se reconoce la utilidad de Internet, advierte sobre su uso incluso clasificándolo de peligroso debido al posible abuso de esta herramienta. Una segunda postura observa a las Redes Sociales y el Internet como multiplicadores de las interacciones personales, sin hacer mucho caso de las consecuencias de su uso, un autor de esta postura es el investigador Bernete quién expresa:

> Interacciones que tienen un nuevo campo donde generarse, regenerarse, crecer, transformarse. No sólo en lo que más se identifica ahora como redes sociales (Facebook, Twitter, Tuenti, etc.) sino también en otros muchos espacios de intercambios informativos abiertos por Internet y la telefonía celular. (Bernete, 2010)

Finalmente, la última postura identificable permite al lector formarse su propio criterio al solo informar de la naturaleza de las interacciones en Internet y los servicios de Red Social, manteniendo un cierto nivel de crítica con respecto a las dos posturas anteriores. Manuel Castells es uno de los autores más relevantes en las ciencias sociales sobre esta postura, en su discurso inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento en la Universidad Oberta de Cataluña, expresó:

> Permítanme cambiar de tercio rápidamente para entrar en quinto punto de mi conferencia, que es el tema más cargado ideológicamente del análisis de Internet, el tema de la sociabilidad en Internet, de la interacción social o individual en Internet o el tema de las comunidades virtuales de Internet. Como saben, este tema está dominado por las fantasías de los futurólogos y de los periodistas no bien informados, aunque hay periodistas muy bien informados. Aquí se ha hablado de que Internet aliena, aísla, lleva a la depresión, al suicido, a toda clase de cosas horribles, o bien, por el contrario, que Internet es un mundo extraordinario, de libertad, de desarrollo, en el que todo el mundo se quiere, en el que todo el mundo está en

> comunidad. ¿Qué sabemos empíricamente de esto? Sabemos bastantes cosas. Sabemos, por ejemplo, por un estudio que acaba de hacer British Telecom, un gran estudio de observación realizado a lo largo de un año en una serie de hogares en los que se utilizaba Internet, que no cambia nada. Es decir, que la gente que hacía lo que hacía, lo sigue haciendo con Internet y a los que les iba bien, les va mucho mejor, y a los que les iba mal, les va igual de mal; el que tenía amigos, los tiene también en Internet y, quien no los tenía, tampoco los tiene con Internet. Es un estudio intelectualmente muy conservador, pero lo cito y les doy la referencia porque es un estudio muy espectacular. Se llama Aquí no pasa nada. Pero sí que pasa. Internet es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de Internet y, por tanto, se amplifican y se potencian a partir de lo que son. (Castells M. , 2008)

Sin embargo, estas posturas en general no se aplican desde la creación del Internet, ya que solamente desde la Web 2.0 es que se puede hablar de un Internet interactivo. Esta nueva Web desde el 2004 ha permitido crear espacios de interacción donde las personas son al mismo tiempo creadores y consumidores de contenido e información. De acuerdo a Tim O´Really (citado por Carlos Castro, 2013):

> Los principios básicos de la Web 2.0 se inician como una forma de evolución de la web inicial enfocada al usuario, pasando por una plataforma técnica para múltiples desarrollos de aplicaciones hasta arribar a una era en la que el usuario toma protagonismo real como productor, consumidor y difusor de contenidos y servicios. (Castro, 2013, pág. 2)

Al entender entonces que la Web 2.0 es una evolución que cambia la forma en que las personas interactúan en Internet, es de suponer que el comportamiento de las personas cambie junto con el medio, como de hecho ocurre y da como resultado a este nuevo tipo de usuarios es llamado "*Prosumer*", definido por Zanoni (Citado por Carlos Castro, 2013) como:

> El usuario deja de ser sujeto pasivo, receptor de información como en los sitios estáticos antiguos; en la Web actual el usuario toma el papel protagónico y participa activamente aportando información que comparte (...) Es por esto que los límites se des-dibujan y superponen. Un mismo usuario es receptor y emisor de contenidos [información] al mismo tiempo. (Castro, 2013, pág. 3)

Este nuevo tipo de usuarios surge gracias al Internet interactivo, específicamente a través de los servicios de Red Social. Estas nuevas redes no solo hacen más fácil la comunicación con otros sino que también se tiene acceso a información dinámica, viva, en tiempo real las cuales generan tendencias globales, con el tiempo se habla en el ámbito público de la Generación X[1] y la Generación Y[2].

A juicio de Pablo Bermúdez la Generación Y nació con los dispositivos tecnológicos y viven a otro ritmo y que poco a poco están cambiando el mundo (Bermúdez, 2014). Zygmunt Bauman (citado por (Álvarez, 2013), nos dice que "Todo es más fácil en la vida virtual, pero hemos perdido el arte de las relaciones sociales y la amistad y que estos invaden todos nuestros espacios y van diluyendo las relaciones sociales"

Latinoamérica no es ajena a esta realidad. Las cifras de "penetración de Internet se ubica en un 37%, lo cual equivale a 218.935.287 usuarios, y donde el crecimiento experimentado en el último año tiene mucho que ver con las visitas a redes sociales." (Méndez, 2011). Y como es mencionado por este mismo autor el mayor número de visitas es relacionado con las Redes Sociales, lo que supone un área de interés para el estudio sociológico, debido a que las Redes Sociales son otra forma en que se están manifestando las relaciones o interacciones sociales.

---

[1] "Se le llama generación X a los nacidos entre 1971 y 1985. Esta generación en su juventud fue testigo de grandes cambios como la caída de grandes paradigmas: la caída del Muro de Berlín, la implosión del comunismo, la explosión del Challenger, los despidos masivos de los `80, las privatizaciones de los 90' entre otros." (Cuadro, 2010)

[2] "La generación Y, sería la sucesora de la Generación X y el término se utiliza para definir a las personas nacidas entre 1985 y 1992.
Durante este tiempo, la economía, la tecnología, la atención de la salud, los avances e incluso las condiciones económicas en todo el mundo estaban creciendo rápidamente." (Cuadro, 2010)

En el caso de Venezuela, y según los estudios realizados por Tendencias Digitales, es el segundo país latinoamericano en uso de la Web 2.0 (Tendecias Digitales, 2011), es decir, los internautas en el país tienen una alta participación en la creación de contenido en la Web 2.0, lo que implica también alta participación en las Redes Sociales.

Dentro de Venezuela, según cifras de CONATEL (Comisión Nacional de Telecomunicaciones), en el Distrito Capital se observa que el número de usuarios de Internet ha estado aumentado desde el 2008 de manera sostenida, y en el 2013 ya había 2.234.741 usuarios registrados.

De los usuarios de Internet en Venezuela los jóvenes son los que más usan las Redes Sociales; "Mientras que el porcentaje mundial de jóvenes -de 15 a 24 años de edad- que acceden a Internet es de 26,7%, Venezuela muestra un contundente 50%, casi el doble el porcentaje de Chile y Argentina y superando el de Colombia, México y Brasil" (Guia.com.ve, 2009).

De acuerdo a la investigación realizada por Carlos Castro donde se investigó las estrategias de marketing aplicables a Internet, se descubrió que el mayor porcentaje de usuarios de la Web 2.0 en el Distrito Capital son jóvenes del grupo etario entre 18 -24 años y que además el 59% de estos son estudiantes de pregrado de alguna carrera universitaria. (Castro, 2013, pág. 44)

En cuanto a los hábitos de usos, de acuerdo a Tendencias Digitales (2014) el acceso a Redes Sociales representa el 85% de las actividades realizadas durante la conexión, solo superada por la consulta de los correos (89%), lo que significa que efectivamente las personas cada vez más trasladan parte de sus interacciones al mundo virtual.

Sumado a lo anterior, debemos agregar una investigación sociológica realizada en la UCAB exactamente sobre el lenguaje visual, que se da a través de las fotos de perfil de Facebook de mujeres universitarias que viven en la Gran Caracas:

> En Facebook existen diferentes formas de comunicación: visual, escrita o audiovisual, y todas estas formas de comunicación representan un lenguaje, en el caso de esta investigación, se pretenden explorar sobre el

> lenguaje visual, porque se entiende que la foto que se carga a la página web, es un lenguaje. ¿Sirven las fotos de Perfil de Facebook sólo para impresionar de algún modo a los otros? Con el objetivo de responder esta pregunta, en el presente trabajo se analizó un grupo de discursos, acerca de dichas fotos, lo cual permitió establecer que efectivamente las mujeres universitarias que formaron parte de la muestra, utilizan estas imágenes con el propósito de impresionar a otros y también a ellas mismas. (Acuña & Serrano, 2013, pág. 12)

A raíz de esto se puede observar entonces que en la actualidad, a diferencia de las Redes Sociales tradicionales, han surgido las Redes Sociales virtuales, que poco a poco han venido ganando terreno en la sociedad. Una de las razones es que se puede tener fácil acceso a ellas, y estar en contacto con cientos de personas en tiempo real sin importar distancia, ni la necesidad de tener contacto cara a cara con ellas.

> Internet es el medio de comunicación esencial de la era de la información. Por primera vez en la historia permite la comunicación instantánea de muchos a muchos. Ha penetrado ya profundamente nuestra forma de trabajar, de información, de relacionarnos, de aprender y de vivir. Pero ¿qué sabemos de los efectos de Internet sobre la sociedad, la empresa y la vida cotidiana? La investigación social puede aportar materiales a un conocimiento objetivo del alcance real de Internet. (Castells M. , 2003, pág. 4)

Por otro lado sabemos que muchos de estos jóvenes realizan toda esta actuación en las Redes Sociales para así llamar la atención de un cierto tipo de personas y para que a su vez puedan incorporarse a lo que sería una nueva forma de relacionarse con los otros, teniendo algo en común como los gustos, deseos, sentimientos, costumbres, valores, entre otros; que por algunas razones no son fácilmente identificables con el resto del mundo a través de las relaciones cara a cara.

> Entonces, entendiendo a la actuación virtual como la manera en que (para satisfacer un deseo/ necesidad/interés/obligación) a través de internet, un

> individuo se presenta y presenta su actividad ante los otros online en redes sociales. Puede afirmarse que el sujeto actúa en el ciberespacio cuando elige las fotos que puede y no puede publicar en la red; al subir fotografías estas pasan a ser medios inmóviles que el actuante (consciente o inconscientemente) utiliza para guiar y controlar, de forma virtual, la impresión que los otros se formarán de él al ver sus fotos de perfil. Teóricamente se propone que los individuos actúan en el ciberespacio porque alguna razón social despierta en ellos un deseo/necesidad/interés/obligación de definir a través de Internet una situación con los otros. (Acuña & Serrano, 2013, pág. 14)

Las investigaciones previas arrojan que la población femenina tiende a utilizar con mayor frecuencia las Redes Sociales "(…) es por ello que toda mujer de Caracas entre 18 y 24 años, que posea una cuenta en Facebook y tenga foto de perfil, puede ser una posible candidata para la muestra, pues es una persona que entra inmediatamente en la categoría de joven, a pesar de que su comportamiento en sociedad pueda que no sea del todo juvenil." (Acuña & Serrano, 2013, pág. 23) Este hallazgo es de valiosa importancia para la presente investigación, ya que nuestra población a estudiar es mucha más amplia, porque se tiene muy claro que no solo las mujeres son las que usan las Redes Sociales sino que también los hombres utilizan estos medios para poder relacionarse con sus amigos, familiares, compañeros de trabajo, entre otros.

A la luz de lo expuesto hasta ahora, los estudiantes universitarios son los que más se adecuan al perfil de *Prosumer* por ser ellos generadores y consumidores de contenido en las Redes Sociales. Una forma de comprender las interacciones sociales de este grupo, es analizando su comportamiento en las Redes Sociales en aquellos más propensos a tener este perfil.

De las universidades ubicadas en el Distrito Capital de Venezuela, la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán, ofrece un espacio idóneo para esta población de jóvenes usuarios de las Redes Sociales, ya que de acuerdo al Plan Estratégico UCAB 20-20, específicamente en su eje de acción de desarrollo tecnológico, uno de sus objetivos es:

> Generar mayor eficiencia y calidad a nuestra gestión académica y administrativa mediante la automatización de los procesos. Hacer compatible nuestra plataforma tecnológica y fortalecer la estructura de tecnología de la universidad, consolidando una organización basada en servicios de tecnología. (Universidad Católica Andrés Bello, 2013)

Esto significa que los estudiantes de pregrado usuarios de las Redes Sociales o también conocidos como *Prosumers*, tienen un espacio donde son estimulados aún más para el uso de las plataformas tecnológicas, ya que la Universidad está implementando las inscripciones en línea, el pago de documentos por Caja Virtual y el uso de los profesores y alumnos del Módulo 7 (el cual es totalmente virtual), lo que estimula indirectamente a usar las Redes Sociales como medio de comunicación entre alumno y profesor, por ejemplo grupos de Whatsapp con los profesores, alumnos que agregan como amigos a los profesores en Facebook o lo siguen en Twitter, el uso del correo electrónico como un tipo de foro, entre otros usos que se le ha dado a las redes sociales para el ámbito académico, además del recreacional.

Por lo que esto da pie a que los estudiantes de la UCAB utilicen los medios tecnológicos para sus gestiones académicas y administrativas, lo que significa una mayor interacción con los servicios de la Web 2.0 ejemplo de ello se observa en que la mayoría de las Escuelas de la UCAB y sus dependencias usan activamente tanto Facebook como Twitter para realizar comunicaciones oficiales. Ello estimula en los jóvenes el consumo y generación de contenidos digitales en las redes, ratificando así su carácter de *Prosumer*.

El pasar del espacio real a uno virtual no es algo hipotético, ya que ciertas cuestiones que se ven en las relaciones cara a cara muchas de ellas se ven reflejadas en el espacio virtual, ya que como mencionó el sociólogo Erwing Goffman (1971) que la actuación cara a cara es "(…) la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre otros participantes" (Goffman, 2009, pág. 27) Por lo que así vamos llegando al tema de interés y al punto central de la tesis en donde los jóvenes universitarios son los que se encuentran de alguna u otra forma sumergidos cada vez más en estas nuevas formas de relacionarse, en donde también dichos jóvenes actúan de cierto modo, ya que estos son los nuevos códigos que rigen a la sociedad actual.

Esta realidad descrita previamente se convierte en un tema de estudio para la Sociología, en atención a que refleja el comportamiento de un grupo social que utiliza Internet, forma parte de la Web 2.0 y está presente en las Redes Sociales, siendo ellas un espacio de interacción social. De tal forma que tiene sentido formularse como una primera aproximación al fenómeno la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los niveles de interacción social cara a cara, en las redes sociales y el Internet por parte de los jóvenes estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán para el año académico 2014-2015?

Objetivo General de la Investigación

- Determinar los niveles de interacción social tanto virtual como cara a cara, por parte de los jóvenes entre 18 y 24 años estudiantes de pregrado en la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán, para el año académico 2014 – 2015, e identificar si existe relación o no entre ellos.

Objetivos específicos

1. Identificar el nivel de inmersión de los jóvenes en las Redes Sociales y el Internet
2. Describir el nivel de interacciones sociales cara a cara de los sujetos
3. Identificar si existe algún tipo de relación o no entre las Redes Sociales y las interacciones cara a cara

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Interacciones Sociales

Cuando se presentan los términos “relación social” e “interacción social” se suele creer que sus significados son distintos, pero en la realidad, ambos términos son sinónimos. Ambos hacen referencia al fenómeno que es la relación o interacción entre individuos y actores de la sociedad. Estos términos describen los procesos, motivos y consecuencias de la comunicación recíproca entre individuos.

Partiendo de esta idea inicial, se procede a buscar las definiciones claras de los componentes de las interacciones sociales y su definición general:

La interacción social se puede definir como “relación recíproca entre dos o más actores sociales, sean éstos individuos o grupos, a través de la cual se producen un intercambio de ideas, pensamientos, sentimientos o creencias” (Del Acebo Ibañez & Brie, 2006, págs. 221-222). Es decir, la relación entonces compone de un factor vital para su existencia que es la reciprocidad, de lo contrario, la interacción no es posible.

Esto permite entender algo muy importante; la comunicación debe ser posible para los sujetos de tal forma que se comparte un marco de lenguaje y normas que regulan esta comunicación, siendo entonces la socialización muy importante para que este proceso suceda exitosamente.

Tal como lo señala Ibáñez y Brie: “En cualquiera de los casos, la interacción supone un marco de referencia normativo más o menos compartido por los actores sociales intervinientes, de modo que la socialización es uno de sus prerrequisitos, pero también una de sus consecuencias” (Del Acebo Ibañez & Brie, 2006, págs. 221-222).

Esto último significa que una vez dado el proceso de socialización, la capacidad de poder interactuar con los demás nos permite aprender aún más de este marco normativo y de comunicación que termina siendo también una forma de socialización.

Además en su definición, Ibáñez y Brie (2006) señalan algo muy importante: “Esa reciprocidad hace que la acción y el comportamiento de cada una de las partes se vean

influidos por la o las otras. Los contenidos de esta forma interactiva pueden implicar tanto solidaridad y consenso como enfrentamiento y cruda rivalidad" (Del Acebo Ibañez & Brie, 2006, págs. 221-222) Es decir, la reciprocidad de la interacción puede significar modificaciones de conducta en alguna de las partes, o incluso que la conducta se modifica frente a alguna persona en específico, de la forma en que tratamos de modo más formal a nuestros padres y más informal a nuestros amigos, lo que es evidencia del poder de influencia de las interacciones sociales, y más aún del marco normativo mencionado anteriormente.

Todos los individuos durante el proceso de introducirse en la sociedad deben pasar por distintos mecanismos, siendo uno de los que necesita esta investigación definir claramente, y que forma parte del concepto de relación social, es la *socialización*, la cual ayuda a que las personas conozcan los modos de comportamiento de los miembros en dicha sociedad, siendo además una manera de transmitir los valores, creencias y costumbres de cada cultura.

En una definición más formal de la socialización tenemos que es "el proceso por el cual los individuos, en su interacción con otros, desarrollan las maneras de pensar, sentir y actuar que son esenciales para su participación eficaz en la sociedad" (Vander Zanden, 1989).

La socialización permite a los individuos ser sociables y así poder integrarse en la sociedad ya que cada uno de los individuos posee la necesidad de comunicarse y relacionarse con los otros, por lo que podemos decir que las interacciones sociales "corresponden a un entramado de acciones, significados y emociones entre sujetos individuales y colectivos" (Perilla Lozano & Zapata Cadavid, 2009), para llegar a un fin que es básicamente cumplir con las necesidades que posea cada individuo. Este vínculo entre las personas se fortalece en la medida que se van creando redes, las cuales toman fuerza en la acción social, por tanto tiene un sentido distinto para cada actor.

La manera en que interpreta el individuo las respuestas a sus actos depende de los valores aprendidos durante los primeros años de su vida y del resto, además de la interacción que tuvo con los otros. Una acción como la define Max Weber es (citado en Nisbet, 1982, p. 57) "una acción es social en tanto que, en virtud del significado subjetivo que le confiere el individuo (o individuos) que actúan, tiene en cuenta el comportamiento de los demás y, de este

modo, queda orientada en su transcurso” Por lo que cada individuo orienta su acción dependiendo de las acciones del otro y es eso lo que le da sentido a la acción.

De esto se puede concluir que la naturaleza de las interacciones sociales, como ya fue mencionado anteriormente por diferentes autores, es enteramente y exclusivamente social. Las acciones de los individuos están orientadas e impulsadas hacia otros, con razón de mantener estas relaciones sociales de las cuales, de cierta forma, depende la sociedad y humanidad en general.

En conclusión, a efecto de la investigación, el concepto que se utilizará de interacción social es el siguiente: “relación recíproca entre dos o más actores sociales, sean estos individuos o grupos a través de la cual se producen un intercambio de ideas, pensamientos, sentimientos o creencias” (Del Acebo Ibañez & Brie, 2006, págs. 221-222).

1.2 Interacciones Sociales en la Vida Cotidiana

Se debe considerar lo siguiente; todas las interacciones y socializaciones descritas ocurren en un espacio real, en la cotidianidad y rutina de las personas. Entendiéndose entonces “Lo "rutinario", sólo equivale a lo cotidiano en la medida que indique algo más que la "repetición". Debe estar provisto de una particular modalidad de la vivencia. Y así llegamos a un callejón sin salida: rutinario es lo que un sujeto vive como rutinario.” (Canales, 1995)

Las personas en cada espacio de su vida cotidiana dan significados y sentidos a sus acciones a todo aquello que les rodea, entonces es de esperar que estas interacciones sociales, ocurran en estos espacios y con los sentidos de socialización que se describirán a continuación. Por tanto, se puede observar la necesidad de estudiar el fenómeno de las Redes Sociales entendiéndolas como espacios donde se reproducen estas interacciones.

Estos espacios, llamados ámbitos, son donde las personas tienen su día-a-día, pero no refiriéndose a un espacio físico, sino más bien a aquellos grupos de personas con los que se relacionan cotidianamente, es decir, la familia, el trabajo, la universidad y otros dependiendo de las actividades de cada persona.

Estos ámbitos entonces son los grupos con los que la persona tiene contacto diariamente, no necesariamente restringiéndose estas interacciones a espacios físicos determinados, sino más bien, gracias a las Redes Sociales y mensajería instantánea, una persona puede estar interactuando con varios de estos ámbitos al mismo tiempo; por ejemplo, un estudiante universitario en un salón de clases (ámbito profesional/estudio) además de estar físicamente en esta aula, a través del teléfono puede estar teniendo comunicación instantánea con sus amigos o familiares (ámbito familiar o de amistad), compañeros de clase o de trabajo, entre otros.

Las interacciones sociales las podemos clasificar en primarias, secundarias y terciarias; en el caso de las primarias (cara-a-cara o afectivas) podemos indicar que poseen

> La clave para la formación de la personalidad humana y para las diversidades de personalidad y de conducta que podemos ver entre una cultura y otra (…) se van desarrollando las sucesivas conciencias de miembros del orden social, de la relación con los valores fundamentales de la sociedad más amplia y la interiorización, mediante la interacción, de dichos valores, formando así el sentido del yo, del carácter y de la identidad (Nisbet, 1982, pág. 85)

Las secundarias son definidas como "basadas en objetivos, y predominantemente racionales con arreglo afines" (Weber, 1944), este tipo de relaciones

> Estriban normalmente en una mayor formalidad de carácter y un mínimo de contacto personal en una organización cuyos participantes son algo así como personalidades globales. Cuanto mayor sea la asociación, mayores son las posibilidades de que comprometa únicamente un aspecto, un interés o un objetivo de la vida del individuo (Nisbet, 1982, pág. 88).

Finalmente las relaciones terciarias, que surgen más recientemente, son aquellas "mediadas por tecnologías y grandes organizaciones" (García, 2001) es decir, son las que se dan a través de medios virtuales de manera no presencial (como sí es el caso de las dos anteriores), aquí se habla del envío de mensajes de texto, chats virtuales, video conferencias y Redes Sociales, entre otras.

Esta última se mezcla con las dos anteriores, es decir, por fuentes terciarias no solo contactamos con desconocidos que puedan compartir nuestros intereses y que conozcamos a través del Internet, sino que también se mantiene interacción y contacto tanto con personal con el que trabajamos, como también con amigos y familiares.

1.3 Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

El momento histórico en el cual se encuentra la sociedad actualmente es un momento marcado por las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que han permitido crear espacios virtuales para que las interacciones sociales y todos sus procesos encuentren una nueva forma de manifestarse en la sociedad.

Las TIC permiten crear nuevas maneras de socialización adaptadas al medio en la cual se desarrollan y por tanto creando nuevos tipos de interacciones sociales entre los individuos insertos ahora en un nuevo marco normativo y conductual, que tomando el que se presenta durante las interacciones cara a cara, lo "agranda" permitiendo nuevas formas de comunicación y relación.

Pero antes de proceder a una definición clara de lo que es una Red Social, es importante tener en cuenta lo que son las TIC y como su definición independiente da vida a las Redes Sociales.

La sociedad se encuentra en una nueva era de la información en donde se puede observar como la interacción social ha pasado de ser exclusiva del ámbito presencial, llegando ahora a espacios virtuales en Internet, y eso se debe a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), las que se pueden definir como:

> En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas (Cabero Almenara, 1998)

Las TIC han aportado una serie de elementos que facilitan la comunicación con los demás, pero no es sólo eso; también facilitan otros ámbitos de nuestra vida como lo es en la búsqueda de información, de noticias y distintas herramientas que con rapidez nos proveen de la información.

Se creía que con surgimiento del Internet iba a causar un aislamiento de los adolescentes y adultos que lo utilizarán con mucha frecuencia, sin embargo debemos tomar en cuenta un estudio que se realizó, el cual concluyó que los jóvenes utilizaban las herramientas de comunicación como complemento a su relación presencial para así mantener una red con sus amigos (Subrahmanyam, Reich, Waechter, & Espinoza, 2008)

Este estudio menciona que pudieron identificar dos tipos de comportamientos, el primero: la mayoría utilizaba las Redes Sociales para estar en contacto con sus amigos presenciales y el segundo: era una minoría que afirmaban que en estas Redes Sociales tenían un mundo paralelo en donde creaban una red de amigos diferente a la que pudieran tener presencialmente.

1.4 Redes Sociales

Partiendo de la definición de las TIC se puede tener una mejor comprensión de las Redes Sociales. Una "red" en sociología es definida como "sistema de relaciones personales que un individuo desarrolla y en el cual se encuentra involucrado" (Del Acebo Ibañez & Brie, 2006, pág. 334) definición que es aplicable a las Redes Sociales, ya que son lo mismo y su propósito es el mismo, la única diferencia es que una ocurre de forma presencial, y la otra a través de Internet. De tal forma que las Redes Sociales mantienen estas interacciones trasladándolas a otro campo, es decir, a los espacios virtuales.

Aunque siguen siendo interacciones sociales, se observa que las Redes Sociales o servicios de Red Social (como también son conocidos) ofrecen una nueva forma de interacción, ya que las personas pueden editar sus propios datos (perfiles) que serán mostrados al público, es decir, tienen control de lo que quieren que sepan sus amigos a través de estas redes.

Esto permite dos cosas: la primera que es mostrar lo que la persona quiere mostrar. El individuo puede colocar fotos, estados, historias o más que muestran el lado que él desea que los otros conozcan de sí mismo. De tal forma que se puede presumir que la mayoría de los actores sociales, especialmente los jóvenes, sólo muestran sus mejores momentos y/o aquellos que les interesa que los demás conozcan para llamar la atención.

Siendo esto una ventaja sobre las relaciones presenciales, ya que en estas no es posible hacer eso debido a que si una persona se relaciona o acerca mucho a la vida privada del individuo puede conocer por muchas fuentes detalles de la vida de la persona que quizás la primera no quiere que se sepan, sin embargo en las Redes Sociales la persona puede permitirse acercar a los individuos que desee sin el riesgo de que se conozca más información de la que controla.

La segunda cosa que permite las Redes Sociales está muy relacionada con la primera, que es la autosatisfacción: como las personas tienen control total sobre lo que se va a mostrar al público, pueden incluso crearse alias, historias o hechos de su vida que quizás pasaron o no de la forma en que la persona lo muestra. Es así que puede, de manera virtual, ser lo que quiere ser.

Aunque esta capacidad de ser quien se desea ser daría pie a comportamientos desviados tales como: fraude o usurpación de identidades, por tanto las Redes Sociales permiten mantener las interacciones sociales al nivel que los propios individuos deseen.

En definitiva, desarrollar formas particulares de interacciones donde se comparten las historias o pensamientos que se deseen (reales o no), ello expresa la base de la sociedad humana: la comunicación recíproca.

En resumen se puede definir un servicio de Red Social como una “plataforma web cuyo fin es la creación de comunidades en línea mediante la representación de las conexiones personales que los usuarios disponen los unos de los otros”. (Ros-Martín, 2009, pág. 554).

Los servicios de Redes Sociales presentan las siguientes características:

- Son redes de relaciones personales, también llamadas comunidades, que proporcionan sociabilidad, apoyo, información y un sentido de pertenencia e identidad social.

- Son grupos de personas con algunos intereses similares, que se comunican a través de proyectos.
- Existe un cierto sentido de pertenencia a un grupo con una cultura común: se comparten unos valores, unas normas y un lenguaje en un clima de confianza.
- Se utilizan las mismas infraestructuras telemáticas, generalmente basadas en los servicios de software social, que permite comunicaciones de uno a todos y de uno a uno.
- Algunos de sus miembros realizan actividades para el mantenimiento del grupo.
- Se realizan actividades que propician interacciones entre los integrantes que proporcionan ayuda emotiva y cognitiva. (Sueiras, 2010)

1.5 Uso de Redes Sociales

Las Redes Sociales o servicio de Red Social permiten una nueva forma de interacción entre los individuos, esto como es de esperar ha captado la atención de diferentes disciplinas científicas, entre ellas la Sociología y Psicología, las cuales se han aproximado a este fenómeno desde sus respectivos enfoques.

Ciertamente es de interés de la presente investigación conocer cómo se presentan estas interacciones en las Redes Sociales en los sujetos, teniendo diferentes formas de aproximación a este fenómeno. Y aunque no existen estudios concretos anteriores a este que busquen específicamente conocer estas interacciones, sí existen cuestionarios validados que permiten conocer elementos claves para aproximarse al fenómeno.

En primer lugar, debemos conocer que tan inmerso está el sujeto en el uso de Internet y sus Redes Sociales. Para ello se ha escogido un cuestionario titulado "Cuestionario de Uso Problemático de Internet" (**Ver Anexo A**) el cual da como resultado un nivel de uso de Internet y permite reconocer cuando este es clasificable como problemático o no. "Independientemente de si se acepta o no el uso excesivo de Internet como una adicción o una conducta problemática, diversos autores han reconocido la necesidad de evaluar la prevalencia de esta conducta." (Pulido, Escoto, & Gutiérrez, 2011, pág. 26) Es decir, ciertamente se

reconoce que bien sea una adicción o no, es necesario tener instrumentos capaces de medir el uso de Internet que puedan tipificarlos en niveles de inmersión.

Se seleccionó este cuestionario que mide el Uso Problemático del Internet ya que con él se puede identificar fácilmente los niveles de uso y ponerlos en perspectiva a las relaciones cara a cara del sujeto y conocer así si existe alguna relación entre ellos. "En lo que sí parecen coincidir muchos investigadores, es en lo concerniente a que el uso de Internet puede volverse problemático, interferir con las actividades académicas o laborales del sujeto y dificultar el control del mismo sobre esta" (Pulido, Escoto, & Gutiérrez, 2011, pág. 26)

Además de esto, para conocer como es la interacción social de los individuos en las Redes Sociales, es necesario también conocer como sus interacciones se presentan en otros ambientes sociales, es decir, cara a cara. Esto debido a que hay que poner en perspectiva el uso del Internet con la forma de interacción social, ya que solo podemos entender que hay un uso de Internet alto cuando conocemos cuánto de las interacciones totales el sujeto cambia por la interacción a través de los servicios de Red Social.

Para poder conocer cuántas de estas interacciones totales el sujeto está desviando a las Redes Sociales, debemos conocer entonces cuántas de las interacciones cara a cara estarán dispuestas a llevarlas al Internet o una Red Social; debido a que estas interacciones cara a cara le generan algún tipo de incomodidad o ansiedad.

Esto entonces se puede medir con el nivel de ansiedad (bajo, medio o alto) que le produce al sujeto mantener una interacción social cara a cara. "La experiencia de ansiedad ante la expectativa de recibir burlas y críticas a la propia conducta, en situaciones de interacción con otras personas, es ampliamente variable de una persona a otra." (Moral, García, & Antona, 2013, pág. 28) (**Ver Anexo B**) Es decir, cada persona reacciona de forma distinta a las interacciones cara a cara que se presentan cada día en su vida y en la mayoría de los casos, estas interacciones generan algún nivel de ansiedad o incluso fobia social (en casos extremos) y aunque muchas veces los sujetos logran sobreponerse a esta ansiedad (ya que su nivel es bajo) podemos entender que para los jóvenes este proceso puede resultar mucho más difícil, e incluso algunos prefieran buscar alternativas, como las Redes Sociales, para estas interacciones. "En estos casos, el temor y la evitación de situaciones sociales se reflejarán

primero en el rendimiento en materias de práctica o que requieran trabajo en equipo; posteriormente, afectará el ejercicio profesional, pudiendo generar la postergación de su inicio o la deserción una vez iniciado" (Moral, García, & Antona, 2013, pág. 29)

Aunque el nivel de ansiedad como tal no es el objetivo principal de esta investigación, si es necesario conocer cómo se presentan las interacciones sociales de aquellas personas que usan el Internet, por tanto se necesitan conocer dos cosas: a) El nivel de uso de Internet y Redes Sociales (alto, medio o bajo) y b) conocer si este uso genera algún tipo de alteración en las relaciones cara a cara de la persona, es decir, nivel de ansiedad (alto, medio o bajo)

Las personas tienen diferentes niveles de ansiedad ante la interacción con otros, pero siendo el eje del problema la percepción del otro de uno mismo, por tanto, lo que produce ansiedad es no controlar la forma en que los demás nos perciben, es por ello que un servicio de Red Social se considera un sustituto o medio de interacción seguro y cómodo, ya que la persona tiene total control de la información que el otro conoce, por tanto el nivel de ansiedad ante la interacción se ve reducido. Aunque la ansiedad es una variable psicológica, este elemento pone en evidencia el impacto que tienen las Redes Sociales en la dinámica social del individuo, la cual puede generar este estado mental. Es por ello que podemos incluir lo que el autor Erving Goffman dijo en su libro:

> Cuando un individuo desempeña un papel, solicita implícitamente a sus observadores que tomen en serio la impresión promovida ante ellos. Se les pide que crean que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta poseer, que la tarea que realiza tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser. De acuerdo con esto, existe el concepto popular de que el individuo ofrece su actuación y presenta su función para el beneficio de otra gente. (Goffman, 2009, pág. 29)

Esto significa que los sujetos en una sociedad dada buscan la validación y legitimación de quienes son por parte de los otros, por ello se usa el término de *actor social* que hace referencia a la forma en que las personas actúan a través de unos roles inscritos o subscritos.

En cuanto a las Redes Sociales, los sujetos tienen la posibilidad de variar quiénes son y cómo se presentan ante los demás con relativa facilidad (al entregar información falsa en el registro, por ejemplo) pero en las relaciones cara a cara esto no pasa tan seguido; para que un sujeto aparente ser algo más que no es requiere un mayor esfuerzo y capacidad de engaño. Esto es una muestra de la complejidad de las relaciones sociales humanas y medir esto requiere un esfuerzo especial.

En segundo lugar, cuando se habla de las relaciones cara a cara, es necesario entender cómo se forman y cómo se pueden medir, para así poner en perspectiva su naturaleza con respecto al uso del Internet y las Redes Sociales. En tanto, para poder hablar del origen de las interacciones sociales, se debe entender el elemento más básico, es decir, el que le da continuidad: la *reciprocidad*. "La interacción social, sólo es posible cuando existe una reciprocidad entre las actitudes de los sujetos. Se requiere de una comprensión mutua entre los actores que interactúan, para que se produzca un intercambio de conductas y de esta manera haya una respuesta óptima." (Aparicio Hernández, 2014) En efecto, la reciprocidad de las interacciones es lo que permite, en un principio, poder hablar de cualquier tipo de relación social (presencial o virtual).

Luego, tal cual se señala en la cita anterior, esta reciprocidad permite el intercambio de conductas, es decir, la *socialización*, que es el segundo elemento básico de las interacciones sociales, el cual ya ha sido explicado anteriormente; el aprender dichas conductas permite a su vez mantener la reciprocidad de las interacciones sociales.

Finalmente, los roles sociales aprendidos son los que marcan la forma en que las personas interactúan entre sí. Estos roles son la expresión de lo aprendido mediante la interacción con otros (socialización) y la continuidad de estas relaciones en diferentes esferas de la vida social (reciprocidad). Todas las interacciones sociales se mantienen gracias a que los actores toman en cuenta su rol y la de los demás. La ansiedad ante dichas interacciones sociales se presenta cuando el actor no logra establecer su rol ante los demás.

Por tanto, una forma básica de medir el nivel de interacción social cara a cara del sujeto, además de su ansiedad, es describir que tan fácil o no es para el actor mantener la reciprocidad de sus interacciones presenciales (frecuencia) y sus roles, es decir, que tan

seguido se reúne con amigos o compañeros de trabajo, cuántos amigos ha conocido fuera de las Redes Sociales, si posee más o menos amigos conocidos presencialmente que virtualmente, que tan fácil le es establecer relación con los demás, etc. Por lo que, desde el punto de vista sociológico es un problema que se da en la presentación hacia los demás, en el interactuar con ellos y de allí proviene la ansiedad que es una forma de manifestación hacia dicha situación.

En esta investigación se decidió utilizar el cuestionario de ansiedad (además se utilizó el cuestionario de Uso Problemático de Internet), debido a que su aplicación en la muestra objeto de estudio, permitirá conocer el grado de impacto de las interacciones sociales cara a cara, identificando el Nivel de Ansiedad Social que ellas generen. Por ello, al tener ambos resultados de los cuestionarios (el de Uso problemático de Internet y el de Nivel de ansiedad) se podrá determinar la relación existente entre el uso del Internet (alto, medio o bajo) y los niveles de ansiedad del sujeto a las interacciones en todas sus formas, de tal manera, conoceremos sí un uso alto (o bajo) de las Redes Sociales, produce alguna forma alterada de interacción cara a cara.

1.6 Redes Sociales según la Sociología

Como se menciona en la introducción, el fenómeno de las Redes Sociales e Internet ya ha sido tema de interés para investigadores sociales anteriores, lo que ha generado diferentes posturas de opinión e investigación.

La primera postura, que muestra a las Redes Sociales como herramientas de doble filo, hace mucho énfasis en la idea de que las Redes Sociales producen una adicción incontrolable que aísla a la persona de sus amigos, familiares y trabajo, incluso llegando a producir síntomas fisiológicos de esto, tal cual es señalado por (Mashable, 2012).

La segunda postura identificable es aquella que a diferencia de la anterior se centra más en los beneficios, que en los posibles problemas que trae el uso del Internet y las Redes Sociales. Es decir, la considera multiplicadoras de las interacciones sociales y un medio para mantener a las mismas.

Incluso también considera como beneficio las ventajas que ofrecen las Redes Sociales para hacer publicidad y marketing. Finalmente, se considera en muchos casos que la privacidad (uno de los temas más importantes en Internet) se puede mantener fácilmente ya que existen páginas web y herramientas (como algunos antivirus) que advierten de la reputación de los sitios web cuando estos comprometen la privacidad de la persona (Basekit, 2013).

Finalmente la tercera postura, que se podría clasificar como la más común y con credibilidad, no genera posturas opináticas de si las Redes Sociales son buenas o malas, solamente se limita a describir como se está reproduciendo o adaptando la sociedad a las Redes Sociales y el Internet.

Es aquella que muestra a las Redes Sociales como una *ventana de posibilidades*, es decir, donde se pueden desarrollar diferentes formas de interacción y comunicación entre las personas. De acuerdo a esta postura, se considera al Internet como una herramienta que está creciendo dentro de la sociedad y está creando su propia sociedad dentro de ella; como se mencionó anteriormente, en las Redes Sociales se manejan marcos normativos y conductuales propias de estos servicios y que nacieron en ellos.

Pero además de todo esto se debe realizar una reflexión en base a como estas nuevas tecnologías traen efectos en lo social, económico y político; a través de esas nuevas tecnologías los usuarios pueden verbalizar su cotidianidad para así mantenerse integrados con el resto del mundo, es decir, se debe participar activamente en las Redes Sociales para mostrar quién eres, qué te gusta hacer, qué estás haciendo en ese momento, cómo te sientes, cuántos amigos tienes, entre otros; de alguna u otra manera todas estas funciones se deben cumplir en las Redes Sociales para así pertenecer a esta nueva forma de interconexión con los demás.

“En las Redes Sociales los vínculos se multiplican pero también se hacen más débiles, y las fronteras entre grupos de amigos se diluyen. Por lo tanto, pasamos de ser miembros de un grupo más o menos cerrado, a ser un nodo más en una red infinita de relaciones sociales. Esto de nuevo amplía sus posibilidades de desarrollo, pero se debilita el grado de apoyo social con que podemos contar.” (Rivera, 2014)

Las Redes Sociales han ampliado pero debilitado las interacciones sociales entre las personas, ahora los sujetos pueden interactuar con más personas, dar su mejor cara, conocer la actividad de los demás y publicar la propia. Sin embargo esto condujo a que las relaciones se han reducido en cuanto a firmeza, conoces a las personas por sus publicaciones y actos, y no por cotidianidad con ellas, es decir, en las interacciones cara a cara con amigos, familiares y compañeros de trabajo, vemos el actuar de estas personas de primera mano, sin embargo, al hacerse las Redes Sociales una fuente de información clave, conocemos lo que la persona publica, postea, comparte y apoya, lo que nos da una imagen generalmente diferente o "parcial" de esta.

En tal sentido se genera formas de interacción amplia y muy específica (nos relacionamos en las Redes Sociales solo con los que queramos y con aquellos con los que compartamos gustos) pero sin generarse interacciones sólidas. De cierta forma, desde un punto de vista sociológico, cambiamos "calidad por cantidad". Las personas por diferentes razones prefieren conocer más personas parecidas a sí mismas o que llenen sus expectativas, que diferentes personas que de forma aleatoria conocemos en la universidad, el trabajo o el vecindario. Esta idea resume uno de los postulados principales de la teoría de Zygmunt Bauman que expone en su libro *Modernidad Líquida* (2002).

Teniendo presentes los puntos positivos y negativos, se ha determinado una nueva forma de estudiar las interacciones sociales. Este enfoque busca comprender por qué algunas personas prefieren la interacción virtual por sobre la cara a cara, ya que esta última les genera ansiedad, o como solamente el uso de Internet y sus Redes Sociales permiten una forma de interacción más "segura" y confiable que la cara a cara.

Estas personas suelen ser los jóvenes, que tal como se ha destacado, los jóvenes son los más expuestos a las Redes Sociales (podríamos decir que son los jóvenes de la Generación Y). Ello conlleva a que mantengan niveles de interacción virtual altos y creando relaciones sociales solo con la información de un "perfil".

En resumen, las Redes Sociales son un fenómeno que la Sociología no ha pasado por alto, ya que las interacciones presentadas allí han generado un impacto importante en la vida social, generando y destruyendo relaciones, creando y desasiendo alianzas, permitiendo que

gustos iguales generen “tendencias” entre aquellos que les siguen, y que las personalidades importantes, como empresas, marcas, políticos, actores, entre otros, mantengan contacto más directo con el público en general.

1.7 Generación Y

Cada generación ha tenido unas características distintivas y existen diferencias tanto en su forma de pensar, estilo de vida, valores, costumbres, hábitos, entre otros, en el caso de los Millennials, se puede decir que son aquellas personas nacidas entre 1981 y 1995 (aproximadamente) que todas en su conjunto, poseen unas características propias, es decir, tienen una personalidad muy distintiva. Y que además con el surgimiento de las nuevas tecnologías dicha generación posee una facilidad y cualidad para la utilización frecuente del Internet y las Redes Sociales.

Por otro lado, dicha generación “en general poseen confianza en sí mismos. Valoran su tiempo personal. Reparten ese tiempo entre todas las áreas de su vida, en actividades que le resultan interesantes: estudio, trabajo, deportes, salidas con amigos. Tienen diversos intereses e intentan cubrirlos todos.” (Rodil, 2013) Esto se complementa muy bien con lo que hemos explicado a lo largo del Marco Teórico, en cuanto a que los jóvenes buscan nuevas formas de comunicación e información con el mundo dándose en un tiempo real, es decir, dichos individuos pueden estar en el otro extremo del mundo realizando una actividad en particular, pero con un simple clic en sus teléfonos inteligentes se pueden trasladar de alguna u otra manera hasta otro punto del planeta.

Asimismo, “La Generación “Y” ha vivido en tiempos de gran desarrollo tecnológico, económico y social (…) Forman parte de su vida desde el nacimiento televisiones a color, TV de paga, contestadores automáticos; para los más grandes de esta generación los teléfonos celulares, los mensajes SMS, las computadoras personales, las consolas de videojuegos llegaron a sus manos cuando eran pre adolescentes, para los más jóvenes, la tecnología estaba a su alcance desde muy temprana edad.” (Peimbert, 2012).

De la cita anterior debemos destacar varios elementos importantes, ya que cada uno de los aspectos que se mencionaron anteriormente, son los que marcan la diferencia de esta generación con las demás, es decir, la tecnología, las apps, los teléfonos inteligentes, entre

otros. Dichos individuos pueden ir caminando por la calle escuchando música pero a su vez están tomando fotos para subirlas al instante, son los que se llaman *multitaskers*[3].

Dicha generación es importante para nuestro análisis, ya que como hemos mencionado poseen ciertas características que los diferencian a las demás y que a su vez se encuentran en constante actualización ante los nuevos cambios del mundo. Es importante resaltar, que "son grandes comunicadores, solo que emplean medios de comunicación distintos a otras generaciones, la Generación Y dependen de la tecnología para compartir información, siendo los preferidos los métodos que son instantáneos (texting, Redes sociales, mensajes instantáneos, etc.) en donde sus mensajes tienen la posibilidad de llegar a un número indefinido de lectores, lo que los empodera y les imprime responsabilidad." (Peimbert, 2012)

En donde cada uno de los individuos de dicha generación (no solo de ellos sino también de aquellos que lo rodean) ha adoptado como algo cotidiano el uso de las nuevas tecnologías, es por ello que cada uno de los elementos como la interacción cara a cara ha tenido que sufrir cambios, pero desde un punto de vista positivo ya que muchas personas se han visto beneficiada por dichos cambios en todos los ámbitos de la vida.

> "Esta nueva generación o generación tecnológica ha encontrado en esa tecnología, con la que se desenvuelve de una forma absolutamente normal, un elemento de uso cotidiano al que acudir tanto para realizar sus tareas escolares, como para entretenerse y relacionarse con la gente de su entorno a través de esas nuevas formas de comunicación que sus padres quizá ni siquiera entiendan todavía." (Olea, 2015)

[3] Son aquellas personas capaces de realizar varias actividades a la vez, que en su mundo (no en el de otras generaciones) se complementan.

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Diseño de Investigación

Esta investigación se realizó bajo un diseño de campo, de tipo **no experimental** y **transversal**, debido a la necesidad de recolectar la información y a partir de allí, realizar los análisis correspondientes en función de las variables consideradas.

Se entiende este diseño de la siguiente manera. **Estudio de campo:** "se basan en informaciones o datos primarios obtenidos directamente de la realidad". **No Experimental:** "la investigación se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado, o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo". **Transversal:** "recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede" (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991, págs. 137, 246, 247), se utilizó esto debido a la necesidad de la recolección de la información, para luego a partir de esto se pudieron realizar los análisis correspondientes en función de dichas variables.

La investigación es de un nivel **exploratorio**; por la carencia de información en la materia. Las investigaciones de este nivel son definidas como "Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio." (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991, pág. 70)

A partir de la base empírica que se realizó mediante una encuesta, la cual arrojó unos datos que fueron analizados dependiendo de las variables que fueron consideradas, para así poder describir cómo es la interacción social de los jóvenes estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello en las Redes Sociales.

De acuerdo a la forma en que fueron recolectados y tratados los datos el método de investigación es **cuantitativa** que "es el de adquirir conocimientos fundamentales y la elección del modelo más adecuado que nos permita conocer la realidad de una manera más

imparcial, ya que se recogen y analizan los datos a través de los conceptos y variables" (Instituto de Perfeccionamiento y Estudios Superiores), siendo ello lo que la investigación pretendió conocer; la realidad de las Redes Sociales y la interacción social en la misma, a través de conceptos y datos cuantificables que permitieron realizar una primera aproximación de la relación entre dichas variables.

La unidad de análisis (UA) a utilizar son los **estudiantes,** es decir, se evaluó cómo el uso de las Redes Sociales y el Internet en cada uno de ellos y su relación con las interacciones sociales. Se escogió a los estudiantes debido a que ellos, aunque no son la mayoría de los jóvenes en el país, son aquellos que mantienen más contacto con los avances tecnológicos y las Redes Sociales, lo cual es necesario para esta investigación.

2.2 Población y Muestreo

La población de estudio son los estudiantes universitarios de ambos sexos de la región capital en Venezuela entre las edades comprendidas de 18 – 24 años, se tomó una muestra estadísticamente representativa de los jóvenes estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán en los turnos diurno y vespertino, a partir de la data suministrada por O.C.A.C.E. para el año académico 2014-2015 por medio del muestreo probabilístico, en donde "todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos." (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991, pág. 263). Siguiendo los lineamientos del autor, el cálculo de la muestra correspondiente fue el siguiente:

N= 12.263 Estudiantes activos de la UCAB sede Montalbán

P= es la probabilidad de la muestra que para este caso fue de 50% "como el éxito"

Q= 1 – p "como el fracaso"

E = error muestral que se estimó en 8%

Z= coeficiente de la normal, o valor crítico de la normal que para un nivel de confianza del 97.5% es de 2.24

Sustituyendo los valores:

n = 194 personas

Ello permitió definir un tamaño de la muestra de 194 personas de la población antes mencionada, lo cual garantiza un nivel de confianza del 97.5% y un margen de error muestral del 8% para la obtención de datos que permitieron describir el comportamiento de los jóvenes en Internet.

Escuela	Total de estudiantes	Estudiante para la muestra
Administración y Contaduría	2465	39
Ciencias Sociales	624	10
Comunicación Social	2438	38
Derecho	1522	24
Economía	603	10
Educación	671	10
Filosofía	35	5
Ingeniería Civil	786	11
Ingeniería Industrial	607	10
Ingeniería Informática	821	13
Ingeniería Telecomunicaciones	646	10
Letras	148	5
Psicología	897	14
Total	12263	199

Al distribuir la muestra entre las carreras de pregrado de la UCAB sede Montalbán según su peso porcentual de población, se identificó que las carreras de Letras y Filosofía tendrían una muestra inferior a 5 estudiantes. Para efecto del análisis estadístico y principio del Chi Cuadrado, se estableció un mínimo de 5 estudiantes en dichas carreras. Ello trae como consecuencia que en vez de realizar 194 encuestas, se realizó esta investigación con una muestra total de 199 personas.

En cuanto a la distribución según sexos de estudiantes de la UCAB, el departamento de OCACE no suministró la distribución por sexo, por tanto se asumió una equivalencia de 50% hombres y 50% mujeres al momento de la selección de la muestra.

2.3 Técnica de Recolección y Procesamiento de los Datos

La recolección de los datos se realizó tomando en cuenta estos dos requerimientos: la confiabilidad y la validez. “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados.” Y “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991, pág. 286)

Para efectos de confiabilidad se realizó una prueba piloto de 10 estudiantes de la UCAB de distintas carreras, dicho instrumento de medición “Es decir, se aplica a personas con características semejantes a las de la muestra o población objetivo de la investigación.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991, pág. 302). En función de los resultados que fueron arrojados por esta prueba se realizaron los ajustes pertinentes al cuestionario que garantizó el resultado adecuado del mismo.

La técnica de recolección de los datos que se utilizó fueron las **encuestas** administradas directamente a los sujetos, en la cual se recolectó la información necesaria para responder la pregunta de investigación cumpliendo con los objetivos planteados a fin de conocer la relación entre las variables correspondientes. Desde un punto de vista conceptual la encuesta es definida como “Investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de una población más amplia, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.” (García Ferrando, Ibáñez, & Alvira Martín, 2000, pág. 123).

La encuesta que se utilizó en esta investigación (**Ver Anexo C**) fue construida a partir de 3 cuestionarios anteriormente explicados en el Marco Teórico, el de Uso Problemático de Internet, el Nivel de Ansiedad Social y el de Uso y Hábitos de Internet preguntas 5, 6, 7, 8, 9 y 10 (que fueron extraídos de la tesis de Posgrado de Carlos Castro) más las 8 preguntas adicionales desprendidas de la operacionalización. Constando entonces la encuesta en tres partes; la parte **A** siendo las 6 preguntas (Preguntas Nº 5, 6, 7, 8, 9 y 10) provenientes del cuestionario de Uso y Hábitos de Internet sumadas con las 8 preguntas (Preguntas Nº 1, 2, 3, 4, 11, 12, 13 y 14) que provienen de la operacionalización, la parte **B** siendo el cuestionario

del Uso Problemático de Internet y la parte **C** siendo el cuestionario de Nivel de Ansiedad Social.

Una vez que se aplicó el instrumento, la información compilada fue procesada y los resultados arrojados fueron procesados a través del programa estadístico Statistical Product and Service Solutions (SPSS), utilizándose la estadística descriptiva como técnica de análisis para descifrar lo que revelan los datos.

A continuación se presentará la operacionalización de las variables:

Variable	Dimensión	Sub-Dimensión	Indicadores	Ítems
Nivel de Uso de Internet / Redes sociales: permite reconocer cuando este es clasificable como problemático o no. "Independientemente de si se acepta o no el uso excesivo de Internet como una adicción o una conducta problemática, diversos autores han reconocido la necesidad de evaluar la prevalencia de esta conducta." (Pulido, Escoto, & Gutiérrez, 2011, pág. 3)	Nivel de inmersión de la persona en el internet y las redes sociales	Uso de internet	Mención del uso o no Internet	P.5
			Mención del período de tiempo con que se conecta a Internet (Diario, de 6 a 4 días a la semana, de 3 a 2 días a la semana, 1 vez a la semana, cada quince días, cada tres semanas o una vez al mes)	P.6
			Hogar, Trabajo, Cybercafé, casa de amigo/familiar, otro sitio, teléfono celular, dispositivo móvil (Tablet, Ipad).	P.7
			Navegación en Internet Menos de 1 hora. De 1 a 2 horas. De 2 a 3 horas. De 3 a 4 horas. De 4 a 5 horas. Más de 5 horas. No navego en Internet.	P.8
			Navegación en Redes Sociales Menos de 1 hora. De 1 a 2 horas. De 2 a 3 horas. De 3 a 4 horas. De 4 a 5 horas. Más de 5 horas. No navego en Redes Sociales.	P.9
			Utiliza o no Redes. Más frecuentes y favorita	P.10
		Deseo por el uso de internet	Puntaje obtenido en el instrumento conforme a las respuestas ofrecidas en el mismo y según la escala de puntuación establecida	Segunda Parte del cuestionario: P.15 a la P.32

Variable	Dimensión	Sub-Dimensión	Indicadores	Ítems
Nivel de interacciones cara a cara: "La interacción social, sólo es posible cuando existe una reciprocidad entre las actitudes de los sujetos" (Aparicio Hernández, 2014)	Reciprocidad Virtual y Presencial	Facilidad con que la persona establece relación con otros cara a cara y virtualmente	Número de personas que has conocido presencialmente y virtualmente	P.11
			Comodidad estableciendo relaciones presenciales y virtuales. El sujeto indica si le es agradable y fácil establecer relación con los demás en los dos ámbitos.	P.13 y P.14
	Frecuencia	Cuánto tiempo dedica el sujeto a relaciones presenciales	Frecuencia con que el sujeto se reúne con las personas que comparte más (a diario, a la semana, al mes) de forma presencial y virtual	P.12

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Nivel de ansiedad ante las interacciones cara a cara: es "La experiencia de ansiedad ante la expectativa de recibir burlas y críticas a la propia conducta, en situaciones de interacción con otras personas, es ampliamente variable de una persona a otra." (Moral, García, & Antona, 2013, pág. 3)	Ansiedad se conoce como el "Estado de agitación, inquietud o zozobra del ánimo." (Real Academia Española, 2015) que alguna persona pueda tener por algún motivo	Puntaje obtenido en el instrumento conforme a las respuestas ofrecidas en el mismo y según la escala de puntuación establecida:	Tercera parte del cuestionario: P.33 a la P.52
Carrera: Régimen de estudio universitario al nivel de pre-grado, con duración de cinco años, para la obtención del título de licenciado y sustentado en un pensum de estudio.	Derecho, Ingeniería Civil, Ingeniería Industrial, Ingeniería Informática, Economía, Ciencias Sociales, Administración y Contaduría, Educación, Letras, Filosofía, Psicología, Comunicación Social, Ingeniería Telecomunicaciones	Respuesta ofrecida por el estudiante en el instrumento según la carrera que estudie	P.3
Año Académico: Año de estudio correspondiente a la carrera que cursa el estudiante en el momento de aplicación del instrumento, con respecto a la totalidad de años de estudio de la carrera misma.		Respuesta ofrecida por el estudiante en el instrumento en función del año académico que curse en su respectiva carrera desde el primer año hasta el quinto	P.4
Sexo: Característica física y biológica reproductiva del estudiante.	Masculino: referente a hombre *Femenino*: referente a mujer.	Respuesta ofrecida por el estudiante en el instrumento según su sexo	P.1
Edad: Número de años cumplidos de vida del estudiante desde la fecha de nacimiento hasta el momento de aplicación del instrumento.		Respuesta ofrecida por el estudiante en el instrumento conforme a su edad (que oscila en la muestra desde los 18 hasta los 24 años)	P.2

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presentarán los hallazgos sobre la muestra estudiada y los análisis de los resultados del procesamiento de datos con las herramientas SPSS y Excel. Sin embargo antes de iniciar con este análisis es importante describir la muestra en cuanto a sus características demográficas iniciales, de tal forma que se puedan tomar en cuenta para el análisis final de los resultados ya que las variaciones de algunas de estas características podrían considerarse como parte de las causas de variaciones en algunos de los resultados analizado.

3.1 Caracterización de la Muestra

La muestra final fue de 199 estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello sede Montalbán, las encuestas fueron realizadas entre los días finales del mes de Junio y principios de Julio del año 2015. Todas las encuestas fueron auto-aplicadas, es decir, el cuestionario fue entregado a cada uno de los sujetos, los cuales sin intervención de los encuestadores, llenaron el mismo y lo entregaron al final de ello. La aplicación de las encuestas se realizó por escuelas planteadas en el Marco Metodológico, todo se cumplió de forma exitosa, la distribución de encuestados entre las mismas es equivalente a la distribución de la población de estudiantes de la Universidad, según información suministrada por el departamento de OCACE de la misma.

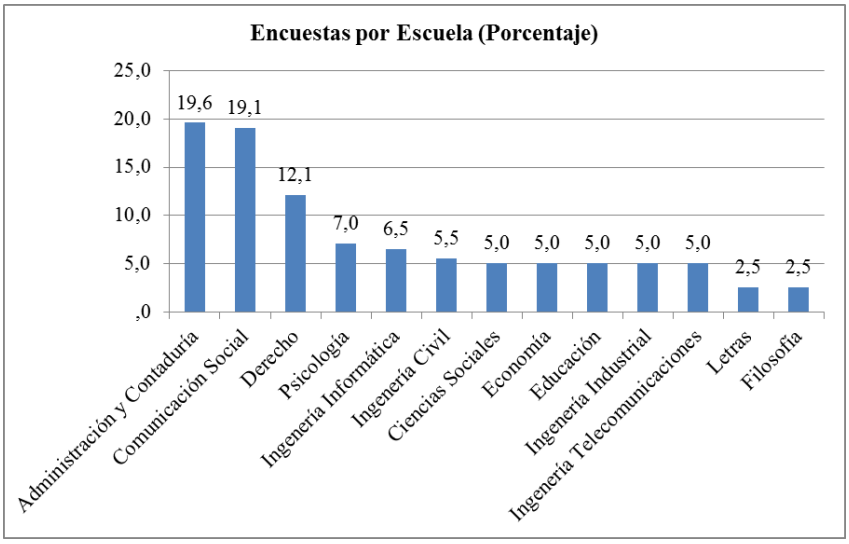

Gráfico 1. Distribución por Escuela

En cuanto a la distribución por sexo tal como se menciona en el apartado de Población y Muestra, ya que no se tenía la información de la distribución de hombres y mujeres (OCACE no nos suministró dicha información) en la población estudiantil universitaria, como no se poseía dicho detalle muestral por sexo se manejó el criterio de una distribución equitativa entre los mismos, es decir, 50% hombres y 50% mujeres. Sin embargo, al momento de realizar las encuestas, el cual fue realizado por medio de la selección aleatoria de sujetos, se encontró que existía una diferencia entre la cantidad de hombres y mujeres en la Universidad, siendo esto una diferencia pequeña de 11.6%, que en números reales son 88 hombres y 111 mujeres.

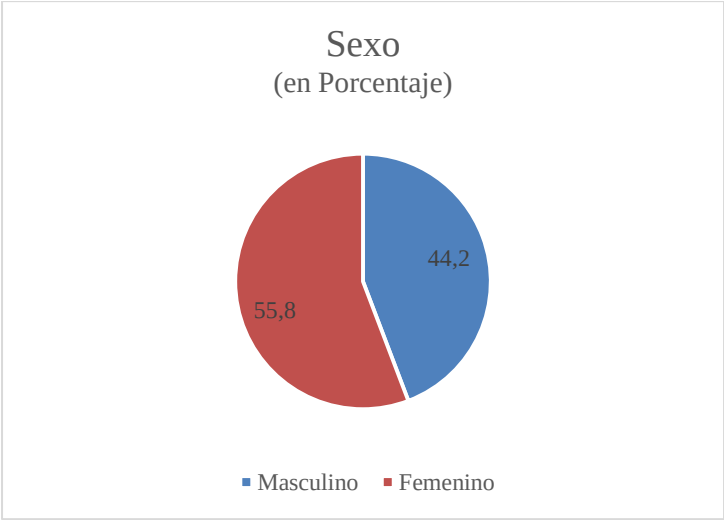

Gráfico 2. Distribución de sexos

En atención a los criterios establecidos en la investigación, las 199 personas encuestadas se encuentran entre los rangos de edades de 18 a 24 años, y la distribución de dichas encuestas fue de forma aleatoria, tal como se muestra en la siguiente gráfico 3 y tabla 1:

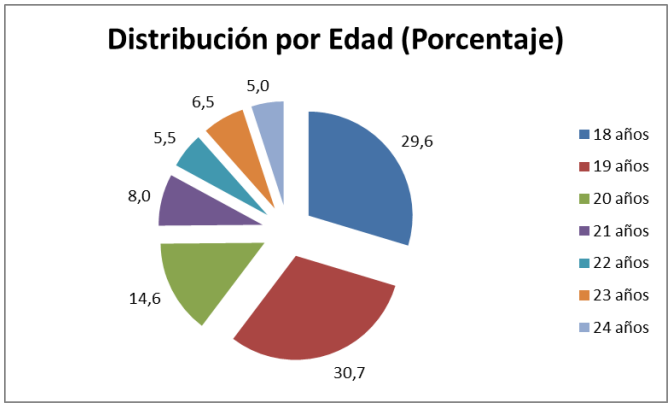

Gráfico 3. Distribución por Edad

Tabla 1. Distribución por Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
18	59	29.6	29.6	29.6
19	61	30.7	30.7	60.3
20	29	14.6	14.6	74.9
21	16	8.0	8.0	82.9
22	11	5.5	5.5	88.4
23	13	6.5	6.5	95.0
24	10	5.0	5.0	100.0
Total	199	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

3.2 Análisis Descriptivo

A continuación se presentan los hallazgos netos de la investigación, es decir, los datos preliminares (frecuencias, medias, porcentajes, etc.) sin analizar de las encuestas procesadas por la herramienta SPSS y Excel. Es importante destacar que la pregunta 5 de la encuesta "¿Es usted usuario de Internet?" fue respondida afirmativamente por todos los sujetos, de lo cual deducimos que efectivamente toda la población estudiantil universitaria usa Internet y la gran mayoría usa las Redes Sociales (solo 2 sujetos negaron navegar en estas redes) que en el cuestionario fue respondido a través de la pregunta 10 ¿Cuáles Redes Sociales suele usted

visitar?, ¿Cuál visita con mayor frecuencia? y ¿Cuál es su favorita?, lo que significa una alta penetración del uso de Internet en los jóvenes universitarios para distintos propósitos.

En la tabla 2 se encuentra que la frecuencia de conexión a Internet por parte de los jóvenes encuestados en su gran mayoría es de forma diaria (87.4%) lo que reafirma la alta penetración del uso de Internet, y nos permite entender que este fenómeno es ya parte cotidiana de la vida de los jóvenes universitarios, y efectivamente el medio de comunicación más popular es el Internet.

Tabla 2. Frecuencia de Conexión a Internet

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una vez al mes	1	.5	.5	.5
Cada tres semanas	1	.5	.5	1.0
de 2 a 3 días a la semana	10	5.0	5.0	6.0
de 4 a 6 días a la semana	13	6.5	6.5	12.6
Diariamente o todos los días	174	87.4	87.4	100.0
Total	199	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico (Gráfico 4) se puede apreciar los medios más comunes que utilizan los sujetos para conectarse a Internet, siendo los tres más populares el hogar (90,5%), el teléfono celular (73,9%) y el lugar de estudios (64,3%). Esto significa que los sujetos siempre se mantienen conectados a Internet gracias a sus teléfonos celulares, por otro lado tomando en cuenta la tabla anterior (Tabla 2), donde la mayoría de los sujetos declara usar Internet de forma diaria, se deduce que la conexión a esta herramienta de comunicación es constante; los sujetos dedican gran parte de su tiempo a estar conectados y explorando en Internet.

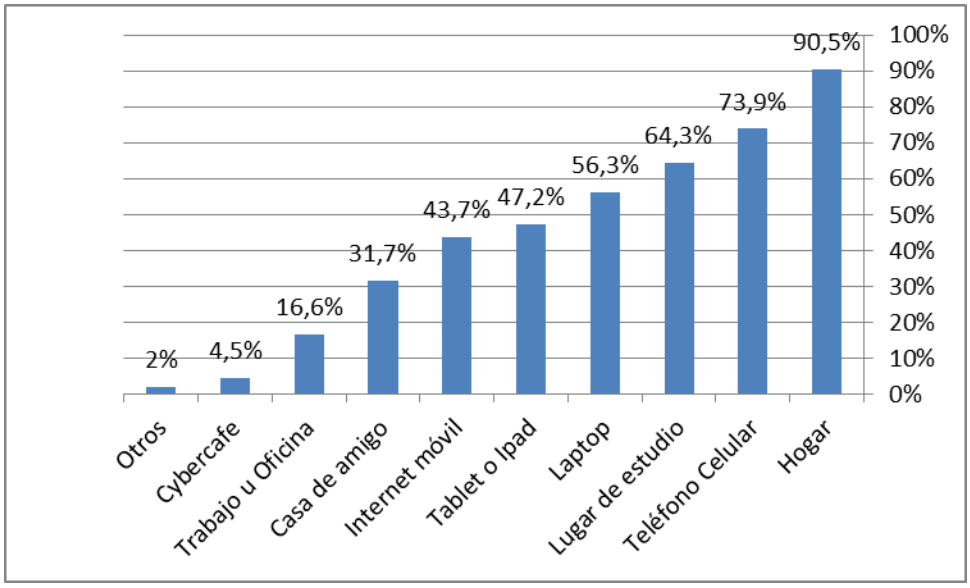

Gráfico 4. Medios de Conexión a Internet (En porcentaje)

En cuanto al tiempo (Gráfico 5), los resultados iniciales arrojados por las encuestas reflejan que la mayoría de los sujetos indistintamente del día de la semana se mantienen conectados o se conectan en un promedio de 5 horas diarias.

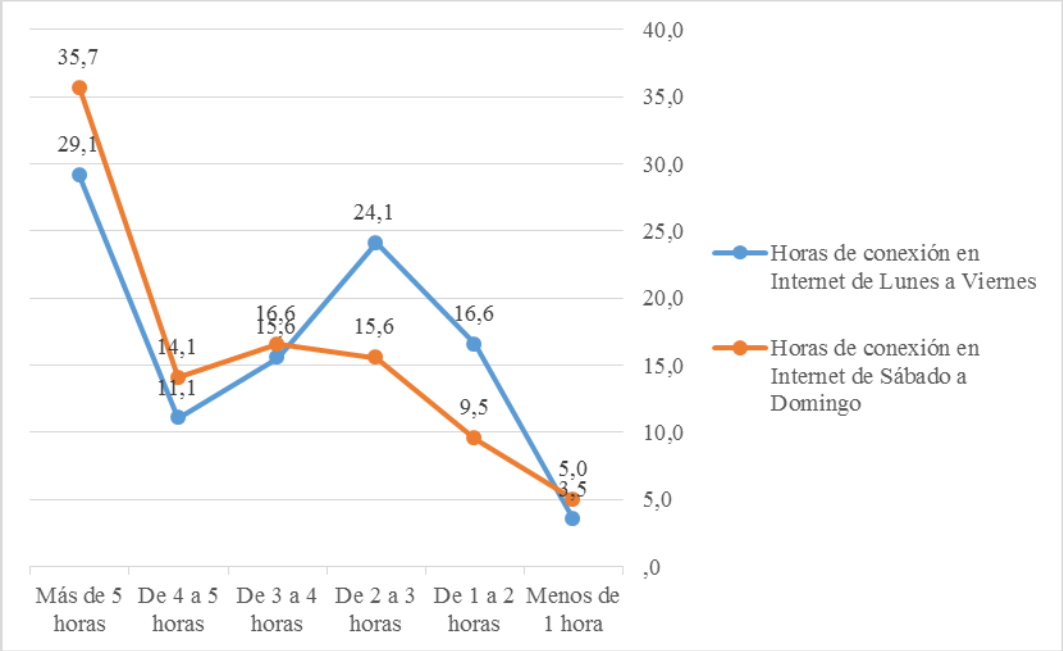

Gráfico 5. Horas de conexión en Internet (En porcentaje)

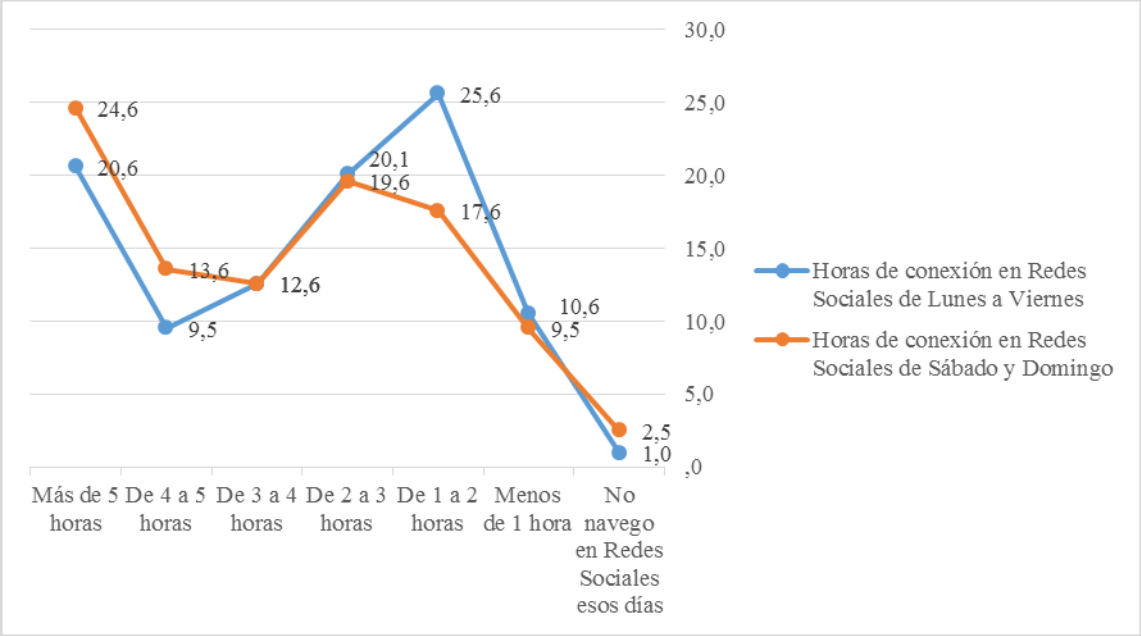

Gráfico 6. Horas de conexión a Redes Sociales (En porcentaje)

En el gráfico 6 se aprecia que en el caso de las Redes Sociales, la frecuencia de visita entre la semana presenta poca variación sobre sí misma, pero se encuentra de igual forma un importante grupo que navega en las Redes Sociales más de 5 horas diarias. Sin embargo, en el caso de navegación de Lunes a Viernes los sujetos navegan menos tiempo, siendo que la mayoría navega solo de 1 a 2 horas. Pero de igual manera existe la tendencia a un alto uso de las Redes Sociales por parte de los sujetos.

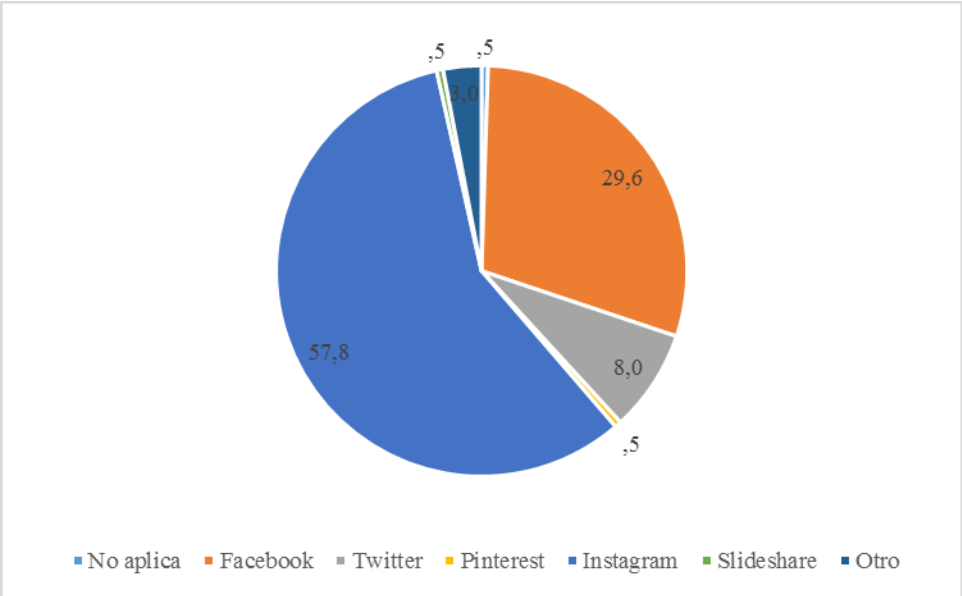

Gráfico 7. Red Social que visita con mayor frecuencia (En porcentaje)

En el gráfico anterior (Gráfico 7) se muestran las Redes Sociales que los sujetos visitan con más frecuencia, siendo Instagram (57,8%) la que más es visitada por los sujetos, aunque aún Facebook (29,6%) es uno de los más usados por la población joven.

Sin embargo, en cuanto a la Red Social favorita (Gráfico 8), se pueden apreciar variaciones con respecto al número de visitas de estos sitios, y aunque Instagram (62,8%) sigue teniendo el mayor porcentaje, los demás varían con respecto al total. El Instagram en los últimos años ha estado en crecimiento y los jóvenes son los que están en la vanguardia, ya que la misma da la posibilidad de seguir a personajes famosos, marcas, estar en contacto con tus amigos cercanos, de conocer nuevos lugares, obtener noticias, entre otros; esta Red Social está innovando no solo con sus hashtag, sino que además muchos jóvenes buscan estar en ella y así proyectar su vida a través de su propio estilo y personalidad, conocer personas y lugares por medio de las imágenes y videos, porque a través de ella los individuos consigue obtener estabilidad y status social ante los demás.

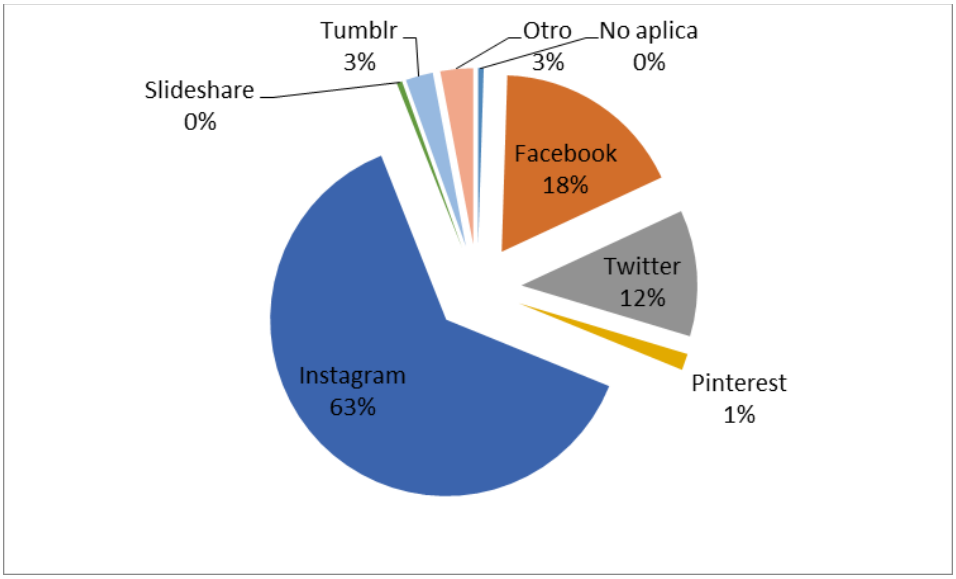

Gráfico 8. Red Social favorita (En porcentaje)

En cuanto a la frecuencia de reuniones (Gráfico 9), tanto presenciales como virtuales los sujetos se reúnen con las personas con las que más comparten de forma diaria, aunque se reúnen más con ellos de forma presencial que virtual, sin embargo se puede observar una tendencia al aumento progresivo de las reuniones virtuales de los sujetos, en la gráfica 8 se puede apreciar de forma visual esta información.

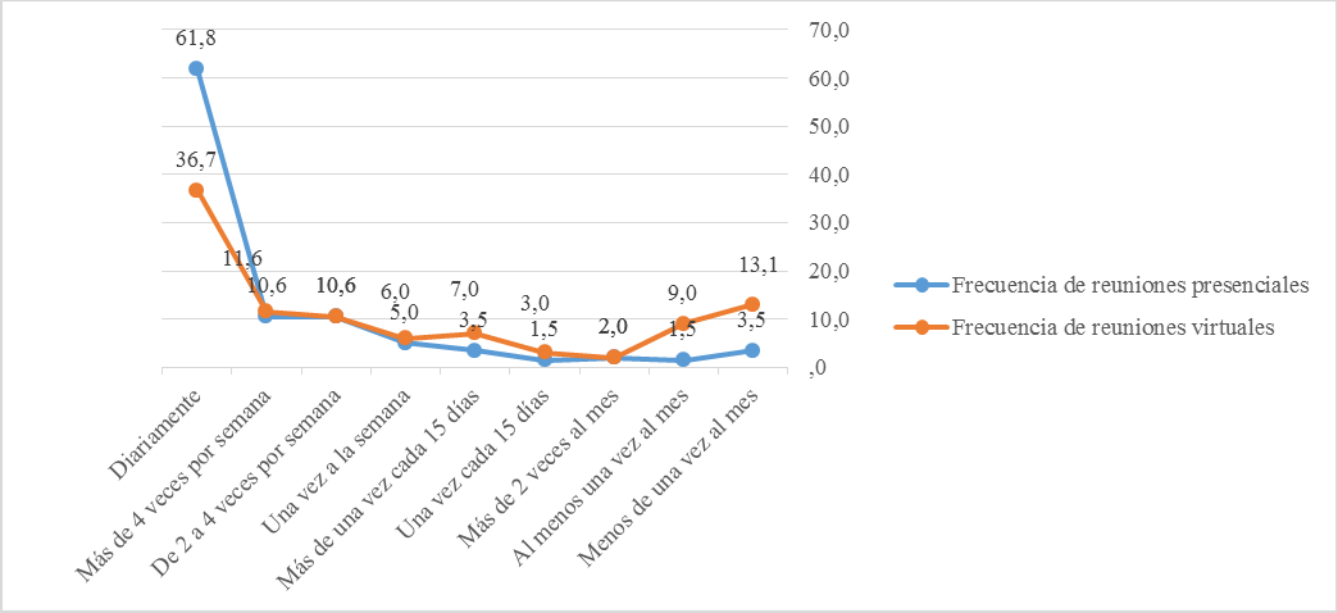

Gráfico 9. Frecuencia de reuniones presenciales y virtuales (En porcentaje)

Ya descritos los ítems iniciales planteados en la primera parte de la encuesta, quedan por analizar descriptivamente los datos arrojados por la variable Uso Problemático de Internet de Escoto, Pulido & Gutiérrez, y el test de Nivel de Ansiedad Social de Moral, García & Antona.

Dichas variables de análisis arrojaron datos interesantes y pertinentes para la presente investigación, ya que con ellos se pueden procesar y cruzar la mayoría de los datos del resto de la encuesta (incluyendo la variable opuesta, Nivel de Ansiedad Social). De tal forma que se entiende que estas dos variables son de gran importancia para la investigación porque tienen mucha significancia para el entendimiento del comportamiento de las demás variables y la resolución de los objetivos de la investigación.

Las puntuaciones de cada una de las variables fueron calculadas y se analizó inicialmente su variación con respecto a los datos demográficos de la muestra, lo cual arrojó resultados que demuestran tendencias con respecto a ellos, donde inicialmente se pueden hacer consideraciones basadas en dichas tendencias. Es importante acotar que en ambos cuestionarios la mínima puntuación fue 0 y la máxima fue 68. Siendo la media 23-24 podríamos decir que por encima de ella se estaría en un uso medio-alto y por debajo en un uso medio-bajo.

Tabla 3. Puntuaciones según sexo

	Puntuación_ UPI	Puntuación_ NAS
Masculino	24,13	24,39
Femenino	23,14	25,01
Media	23,57	24,73

Fuente: Elaboración propia

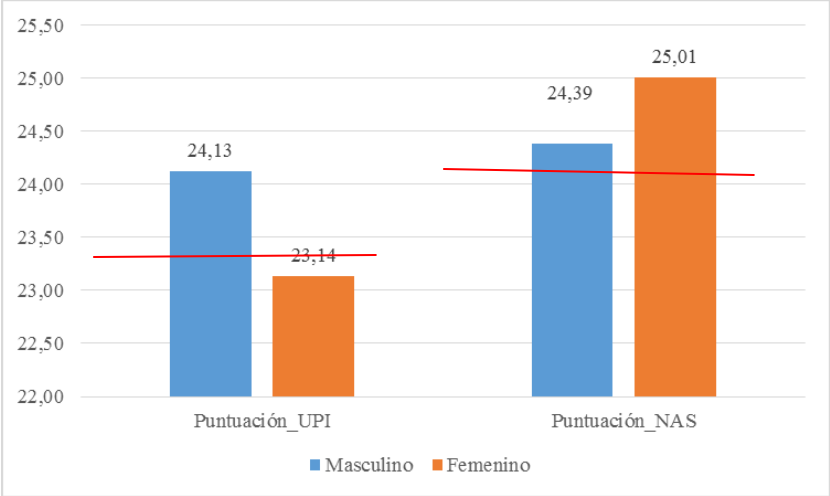

Gráfico 10. Puntuaciones según sexo (En medias)

En la tabla 3 y en el gráfico 10 anterior se observa la media de las puntuaciones de las variables Uso Problemático de Internet (UPI) y Nivel de Ansiedad Social (NAS). En el caso de la distribución por sexo, encontramos variaciones mínimas entre la media de los sexos y la media general, de lo cual se puede inferir que ambas variables no poseen diferencias significativas de comportamiento entre los sujetos según su sexo. Lo que podemos inferir es que el sexo no posee mucha relevancia a la hora en cuanto al Uso Problemático del Internet o al Nivel de Ansiedad Social, sino que más bien se mantienen cerca de la media de cada uno de estas variables (un tanto por encima o por debajo de la misma).

Continuando con el análisis cruzado, se puede ver que en el caso de las escuelas (Gráfico 11) y (Gráfico 12), se pueden observar diferencias significativas entre algunas, donde pareciera que los sujetos, indistintamente de su sexo tienen mayor o menor tendencia a alejarse de la media general de las puntuaciones del Uso Problemático de Internet y del Nivel de Ansiedad Social, asimismo la línea roja presentada en dicho gráfico nos muestra la media de la misma. Siendo la escuela de Psicología la que en ambos casos se mantiene por encima de

la media en mayor medida que las demás escuelas, y la escuela de Economía es la que se mantiene por debajo de la media en ambas variables.

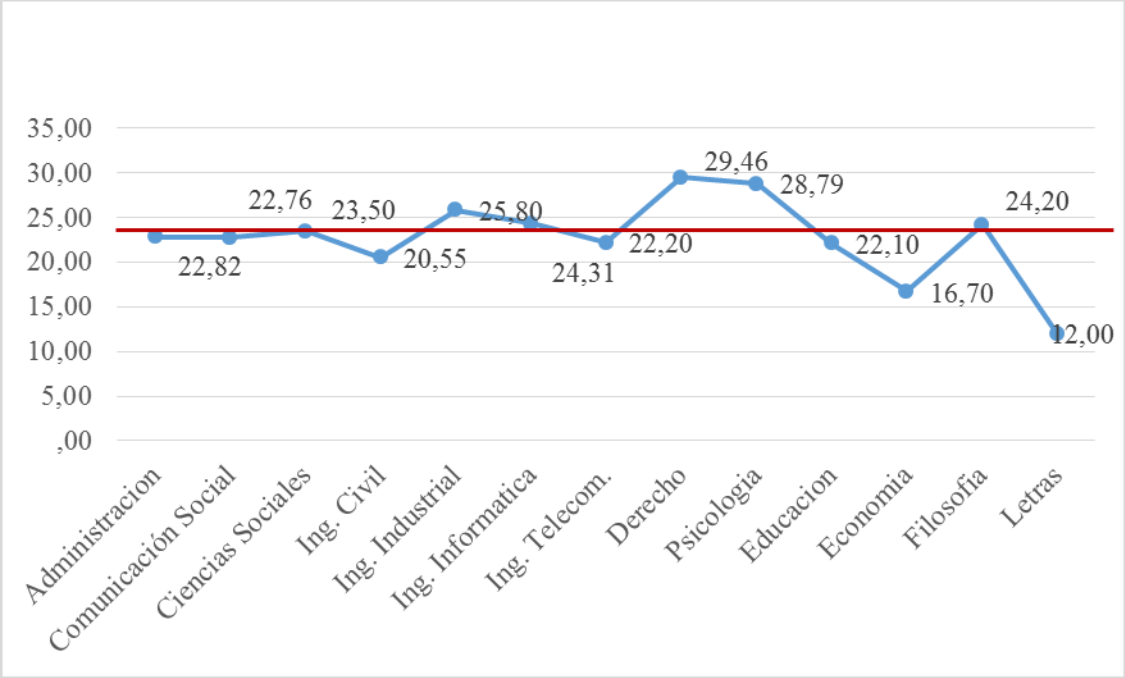

Gráfico 11. Uso Problemático de Internet por Escuela (En medias)

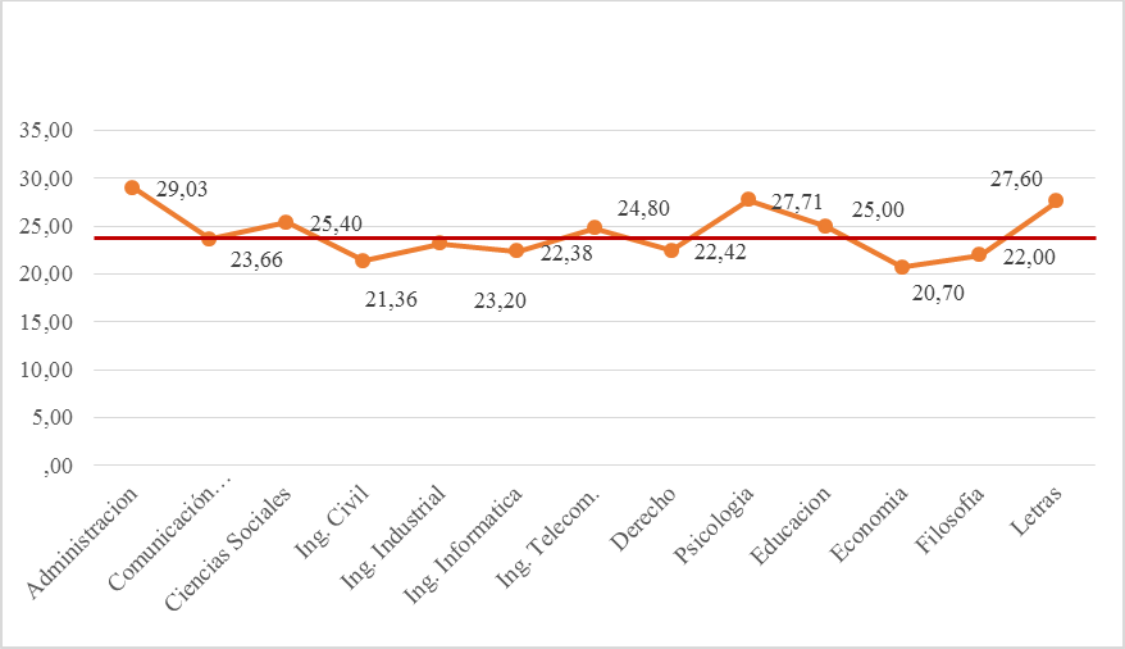

Gráfico 12. Nivel de Ansiedad Social por Escuela (En medias)

Cuando se compara las puntuaciones del Uso Problemático de Internet con el Nivel de Ansiedad Social con las edades de los encuestados (Gráfico 13) y (Gráfico 14), se

observa un comportamiento hacia una clara tendencia en decrecimiento en ambos casos, la línea roja representa la media para ambas variables. Es decir, se puede entender que el Nivel de Uso Problemático de Internet y el Nivel de Ansiedad Social están más directamente relacionados con la edad de los sujetos que a los otros factores antes mencionados y que a pesar de que tienen influencia en él, se demuestra que existe una clara relación inversa entre la edad de los sujetos y sus niveles de Ansiedad Social o adicción al Internet. Se deduce de ello entonces que el nivel de madurez de la persona es un factor fundamental para el análisis de ambas variables.

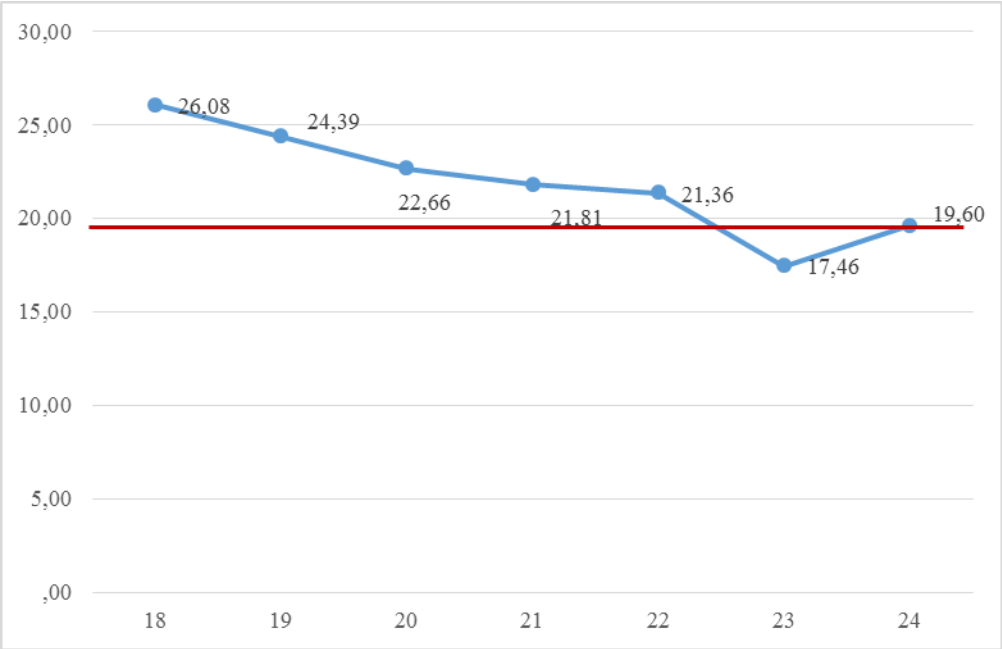

Gráfico 13. Uso Problemático de Internet por Edad (En medias)

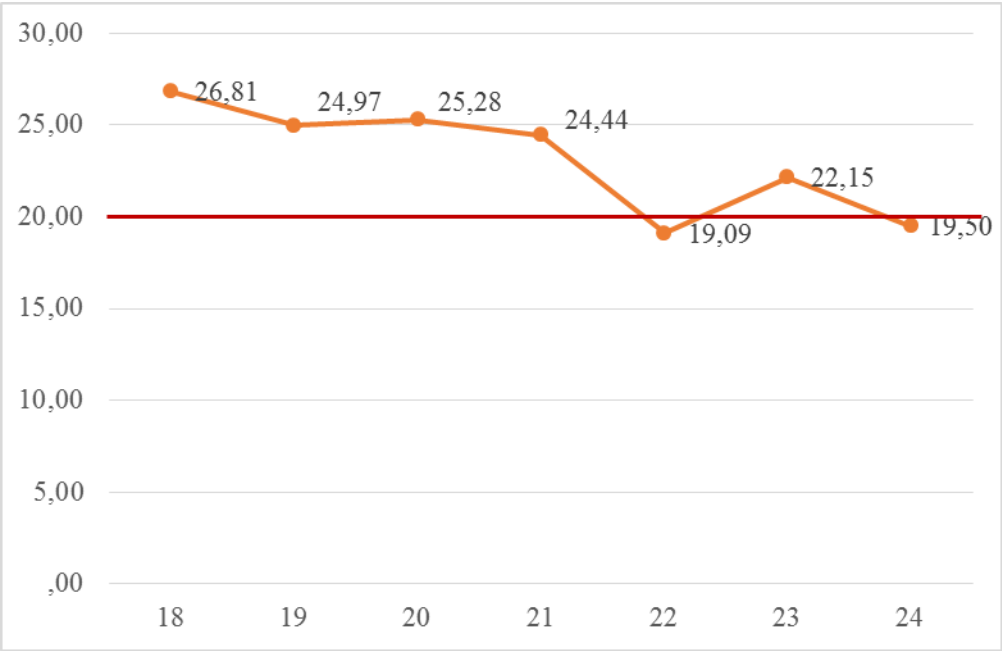

Gráfico 14. Nivel de Ansiedad Social por Edad (En medias)

3.3 Análisis Explicativo

En este apartado se analizarán los resultados anteriores a la luz de las dimensiones de la operacionalización y de la consecución de los objetivos específicos y general de la investigación. En el caso de la operacionalización se presentan tres variables clave para el estudio, que son el Nivel de Uso de Internet y Redes Sociales, el Nivel de Interacciones Cara a Cara y el Nivel de Ansiedad ante las Interacciones Cara a Cara.

1. Análisis del Nivel de Uso de Internet y Redes Sociales

En referencia al Nivel de Uso de Internet y Redes Sociales, se tienen dos sub-dimensiones a tomar en cuenta que son el uso de Internet y el deseo por el uso del mismo. La primera de estas sub-dimensiones es explicada por los ítems 5, 6, 7, 8, 9 y 10 del cuestionario. Estas preguntas fueron ya presentadas en el apartado anterior donde se presentaron sus resultados iniciales, de los cuales quedan evidencias de puntos clave y neurálgicos para el presente análisis.

En primer lugar, es evidente que el 100% de la población estudiantil de la Universidad Católica Andrés Bello usa Internet, por tanto la generación o más bien la Generación Y que usa esta herramienta de comunicación para distintos propósitos, tanto académicos, de ocio, entretenimiento, comunicación entre otros. Al conocer que en la gran mayoría de los casos el uso de esta herramienta es diario y que se hace desde el teléfono celular en gran parte, se puede deducir que la conexión de los sujetos al Internet puede ser incluso muy superior a las 5 horas diarias, es decir, una conexión constante durante el día.

Si se toma en cuenta además que uno de los lugares más comunes desde donde se accede a Internet es el lugar de estudios (pregunta 7) y que de hecho es el segundo lugar más usado para conectarse a Internet, superando incluso al teléfono celular, se puede entender de ello que algunos sujetos tienen mayor facilidad de conectarse a través del campus universitario, gracias a sus laboratorios y zonas Wifi gratuitas, de lo cual podemos inferir que parte de estas conexiones son para aprovechar la ventaja de conexión a Internet en el campus y además para realizar tareas y trabajos relacionados con los estudios en la propia Universidad.

Por tanto se puede concluir que el objetivo de la Universidad para actualizarse a herramientas tecnológicas y mantener a los estudiantes informados y conectados a la Universidad por medio del Internet se está cumpliendo, además de ya poseer la ventaja de que el Internet es una herramienta vital para el funcionamiento de muchos sistemas informáticos actuales, incluyendo los sistemas internos de la UCAB.

Al considerar las horas de conexión de los sujetos a Internet y compararlo con sus horas de conexión a las Redes Sociales, se evidencia que el tiempo dedicado a navegar en estas últimas no es el tiempo total de navegación en Internet, pero representa una buena parte. Existe una tendencia mayor a la cantidad de conexiones los fines de semana que el resto de la semana, sin embargo, la navegación de la misma es diaria en las Redes Sociales por parte de los sujetos. Esto reafirma la importancia que las Redes Sociales han cobrado en los jóvenes, y como de hecho muy pocos declaran no navegar en ellas.

Las Redes Sociales son medios para la comunicación y contacto entre los sujetos, ya que las tendencias de reuniones presenciales y virtuales en los sujetos son muy parecidas, teniendo aún mayor porcentaje las reuniones presenciales, pero ambas líneas de tendencia se

acercan cada vez más, es decir, los sujetos cada vez más usan las Redes Sociales como medios de comunicación con sus conocidos. Por ello, se había considerado preguntar a los sujetos por sus Redes Sociales favoritas y cuáles de ellas utiliza con mayor frecuencia, en efecto los resultados arrojaron que los encuestados aún consideran a Facebook como la Red Social para mantenerse en contacto y actualizado sobre lo que sucede con sus conocidos, incluso cuando un alto grupo no la marca como la favorita, es marcada entre las más usadas.

En conclusión, con respecto a esta sub-dimensión se puede considerar que el uso de Internet y las Redes Sociales entre los sujetos es de gran importancia para ellos y que lo usan no solo para el entretenimiento y el uso práctico, sino además utilizan estas Redes como parte de sus relaciones sociales y como medios para mantener y prolongar las mismas. En cuanto a la otra sub-dimensión que forma parte del uso de Internet y Redes Sociales, es decir, el deseo por el uso del Internet, esta fue resulta a través de la variable Uso Problemático del Internet donde se evidencia el nivel de uso (y si llega al nivel de adicción) del Internet.

En esta parte del cuestionario se evidenció que la mayoría de los sujetos encuestados no tenían un uso que pudiera ser considerado como problemático o adictivo al Internet, la mayoría se mantenía en un uso constante del Internet más no en uno que pudiera ser clasificable como problemático. Y como ya fue mencionado no pareciera existir una clara relación entre sexo o escuela y el nivel de adicción a Internet, aunque se podría mencionar a la Escuela de Psicología como aquella que más tendencia tiene hacia un uso adictivo del Internet, sin embargo aún no se acerca su media lo suficiente a un uso clasificable como problemático. La relación más clara observada con respecto a las variaciones del uso se presentaron según la edad, es decir, los datos analizados demuestran que el uso de Internet decrece de acuerdo a la edad, aunque se evidencia un ligero aumento nuevamente a los 24 años, la tendencia general es hacia la baja.

De esto, se puede considerar que el uso de Internet se relaciona con el tiempo libre de los sujetos y su nivel de madurez, es decir, mientras más edad tiene la persona, más probable es que la misma disponga de demasiado tiempo de ocio como para gastarlo navegando en Internet o Redes Sociales, además los mayores de edad van adquiriendo roles y responsabilidades en años académicos superiores, es probable que trabajen, adquiridas dichas responsabilidades se podría pensar que está sería una de las razones por las cuales el uso de

Internet queda minimizado. En cambio, los más jóvenes están comenzando la carrera y sus responsabilidades son distintas.

Ambas sub-dimensiones anteriormente descritas conforman la variable de Nivel de Uso de Internet y Redes Sociales, y de forma preliminar se puede pensar que este nivel varía principalmente de acuerdo a la edad de los sujetos, aunque también pareciera mantener una relación importante con la presencia de teléfonos celulares entre todos los sujetos, ya que este aspecto pareciera estimular el uso de las Redes Sociales y el Internet, porque como se sabe la mayoría de los teléfonos actuales pueden conectarse con Internet.

2. Análisis del Nivel de Interacción Cara a Cara

A continuación, se procederá a explicar las dimensiones de la variable Nivel de Interacción Cara a Cara, que son la Reciprocidad y Frecuencia de estas interacciones. El objetivo de esta variable es conocer el nivel estimado de interacciones cara a cara de los sujetos, esto para poder analizarla en paralelo con el nivel de uso de Internet y Redes Sociales, lo que permite comparar y observar si existe alguna relación entre estas dos variables.

La Reciprocidad se refiere al intercambio de interacciones que el sujeto recibe en consecuencia de sus acciones e intentos de conocer y establecer canales de comunicación con los otros. Esta dimensión fue medida mediante el análisis descriptivo entre la cantidad de sujetos que el encuestado conocía presencial y virtualmente en ciertos períodos de tiempo, y que tan fácil declaraba el sujeto que le era establecer las relaciones tanto presencial como virtual. Se descubrieron inconsistencias entre la cantidad de personas que el sujeto declaraba conocer y algunas de sus otras respuestas en la encuesta, sin embargo, nuevamente la tendencia es pro-social, es decir, los sujetos declaran tener facilidad para establecer relaciones sociales de ambos tipos, independientemente de su nivel de uso de Internet.

No pareciera, inicialmente, que existiera una clara relación directa entre el nivel de uso de Internet y el nivel de interacciones cara a cara, para los sujetos en ambos casos el establecimiento de relaciones cara a cara o presencialmente era igualmente fácil, con una mayor tendencia a establecer con más facilidad relaciones presenciales que virtuales. Es decir un alto uso de Internet no pareciera ser motivo suficiente para justificar las variaciones de los niveles de interacción presencial en los sujetos.

Tabla 4. Facilidad para relacionarse presencialmente

	Frecuencia	Porcentaje
Muy difícil	8	4,0
Difícil	5	2,5
Ni fácil ni difícil	56	28,1
Fácil	61	30,7
Muy fácil	69	34,7
Total	199	100,0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior (Tabla 4) observamos como los sujetos declaran que le es muy fácil establecer relaciones presenciales, de lo cual se puede deducir que el uso de Internet no influye en esta capacidad de socialización de los sujetos. En la tabla 5 se observa como tampoco es declarado ningún problema para relacionarse de forma virtual con los sujetos, de aquí se puede concluir que los sujetos a pesar del uso de Internet, el mismo no interfiere en las capacidades de la persona para relacionarse con sus compañeros o conocidos en cualquiera de ambas formas. Al contrario, se puede considerar las Redes Sociales como aquellos medios usados por los sujetos para multiplicar y mantener sus relaciones presenciales.

Tabla 5. Facilidad para relacionarse virtualmente

	Frecuencia	Porcentaje
Muy difícil	14	7,0
Difícil	28	14,1
Ni fácil ni difícil	65	32,7
Fácil	60	30,2
Muy fácil	32	16,1
Total	199	100,0

Fuente: Elaboración propia

Se puede concluir de este objetivo que los sujetos tienen tendencia a mantener relaciones tanto presenciales como virtuales y no consideran ninguna especialmente difícil, en su mayoría. Por tanto las variaciones conseguidas entre estas dos dimensiones son bajas, ya que la mayoría de los sujetos consideran estas relaciones fáciles de establecer, y una vez establecidas ambas son mantenidas en mayor o menor grado por las Redes Sociales. En

subcapítulos posteriores se analizará más a fondo la relación de estas dos variables ya que ellas son necesarias para el análisis final de los objetivos de la investigación.

3. Análisis del Nivel de Ansiedad Social

Para poder continuar con el análisis de estas variables es necesario explicar la tercera variable que sería la parte C del cuestionario, es decir el Nivel de Ansiedad Social. Esta variable solo tiene una dimensión, que es la medición del nivel de ansiedad de los sujetos ante las interacciones cara a cara. En este caso, además de la tendencia por edades concluida anteriormente, el nivel de ansiedad de los sujetos no pareciera tener relación directa con el uso de Internet, es decir la mayoría de los sujetos mantienen niveles bajos de ansiedad social.

Aunque luego de los análisis iniciales se procedió a considerar las tendencias de esta variable en función de las demás. Es decir, luego se realizaron análisis para conocer si existía algún motivo claro de la variación de los resultados de las encuestas. Nuevamente es la edad el factor que influye más en la facilidad para el establecimiento de relaciones cara a cara de las personas y su nivel de Ansiedad Social. Con ello se puede deducir con mayor certeza que la madurez de los sujetos es un factor crucial para el establecimiento de relaciones presenciales y virtuales, y que con respecto al uso de Internet, la adicción a esta herramienta es inversamente proporcional a la edad de las personas.

En respuesta a los objetivos específicos uno y dos de la investigación, sobre describir el nivel de interacción cara a cara de los sujetos y su nivel de inmersión en el uso de Internet y Redes Sociales, se puede concluir que los sujetos en su mayoría son jóvenes que a pesar de tener un uso diario de Internet y Redes Sociales este no altera su capacidad para hacer otras labores o de interrelacionarse con los demás, es más, pareciera que el uso de las Redes Sociales permite a los sujetos mantener cierto nivel de estas interacciones presenciales, lo cual va en línea con su carácter de Generación Y, para ellos no existe una separación entre lo virtual y lo físico, sino que el Internet co-existe en su vida cotidiana en igual media o a la par con la vida fuera de la Red.

Entre los jóvenes estudiantes existe un alto uso de Redes Sociales, y además la facilidad con la que se relacionan presencialmente y la poca ansiedad que estas relaciones generan podría concluirse entonces que, respondiendo al tercer objetivo específico de la

investigación, no existe una influencia apreciable entre los niveles de uso de Internet y Redes Sociales y los niveles de interacción presenciales de los mismos. Se puede concluir que, por lo menos con respecto a esta investigación, la primera postura sobre el uso de las Redes Sociales y el Internet planteada en el Marco Teórico, sobre que el mayor uso significa problemas de interrelación entre los sujetos que incluso se pueden reflejar en malestares fisiológicos, no se aplica para el caso de la población estudiantil de la Universidad Católica Andrés Bello. Al contrario, pareciera que los jóvenes de esta casa de estudios utilizan las Redes Sociales como multiplicadoras de las interacciones presenciales y virtuales entre ellos.

4. Análisis Factorial

Con el propósito de complementar el análisis antes presentado y de así extraer mayor información de los datos que se han obtenido, tomando en cuenta algunos postulados teóricos presentados en la investigación y aplicando análisis Factorial para analizar el Nivel del Uso Problemático de Internet y las Redes Sociales, la misma está compuesta por tres componentes, a continuación se presentan los siguientes hallazgos:

Una vez codificados los datos, los mismos fueron procesados mediante el programa SPSS versión 19.0. Con la finalidad de determinar la consistencia interna del instrumento, se aplicó una prueba de alfa de Cronbach lo cual dio como resultado 0.800. Y adicionalmente, con el objetivo de obtener el análisis dimensional del instrumento, se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio por el método de componentes principales con rotación Varimax. Con la finalidad de seleccionar e interpretar los factores que la integran, se tomó como criterio de selección que su carga factorial fuese de .500 o mayor (y que ésta fuese positiva). Con base a los criterios anteriores, el mismo arrojó 3 componentes principales y que fueron agrupados dependiendo del cuestionario.

A raíz de todo esto pudimos encontrar grupos de variables con significado común, que dividimos en componentes en el caso del Nivel del Uso Problemático de Internet fueron hallados tres componentes, la asociación del primer componente que se encuentra compuesto por las siguientes variables: ha fracaso en tratar de usar menos Internet, ¿con qué frecuencia se frustra por no usar Internet? Y ¿con qué frecuencia le ha resultado difícil dejar el Internet? (Preguntas Nº 21, 25 y 26) con un peso de (0,727; 0,716; 0,720 respectivamente) se conoce

como *el estar más tiempo del planeado en Internet*, en otras palabras dicha situación es entendida como una pérdida de control por parte del individuo hacia el tiempo que debería pasar conectado en Internet y las Redes Sociales (Tablas 6 y 7). El segundo componente se encuentra compuesto por las siguientes variables: ¿con qué frecuencia prefiere quedarse en casa en Internet que salir? Y ¿con qué frecuencia prefiere estar en Internet que con su pareja? (Preguntas Nº 15 y 16) con un peso de (0,734; 0,734 respectivamente) se conoce como *pasar más tiempo en Internet que realizando actividades sociales*, es decir, el sujeto desplaza otras actividades como académicas, laborales o sociales para estar conectado en Internet (Tablas 8 y 9) Por último, el tercer componente se encuentra compuesto por las siguientes variables: cuando se siente mal se conecta, que tan seguido usa Internet para escapar de sentimientos y ¿con qué frecuencia duerme poco para usar Internet? (Preguntas Nº 22, 30 y 31) con un peso de (0,782; 0,799; 0,047) se conoce como *escape de sus sentimientos por la vía del Internet*, el cual hace referencia a la evasión, en donde el individuo utiliza el Internet como medio de escape de sus sentimientos y sensaciones desagradables (Tablas 10 y 11). A continuación se presentaron cada uno de los resultados arrojados.

Tabla 6. Comunalidades

	Extracción
Ha fracaso en tratar de usar menos Internet	,727
¿Con qué frecuencia se frustra por no usar Internet?	,716
¿Con qué frecuencia le ha resultado difícil dejar el Internet?	,720

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 7. Varianza total explicada

	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
Componente	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	2,163	72,117	72,117	2,163	72,117	72,117
2	,426	14,212	86,328			
3	,410	13,672	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 8. Comunalidades

	Extracción
Con que frecuencia prefiere quedarse en casa en Internet que salir	,734
Con que frecuencia prefiere estar en Internet que con su pareja	,734

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 9. Varianza total explicada

	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
Componente	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,468	73,411	73,411	1,468	73,411	73,411
2	,532	26,589	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 10. Comunalidades

	Extracción
Cuando se siente mal se conecta	,782
Que tan seguido usa Internet para escapar de sentimientos	,799
Con que frecuencia duerme poco para usar Internet	,047

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 11. Varianza total explicada

	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
Componente	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,628	54,257	54,257	1,628	54,257	54,257
2	,984	32,796	87,053			
3	,388	12,947	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Las tablas 6, 8 y 10 muestran la matriz factorial, resultado del análisis efectuado e indican aquellos componentes que cumplieron con los requisitos de poseer una carga factorial de 0.500 o superior. Además, se muestra la distribución de cada uno de las variables dentro de los tres componentes antes mencionados que pertenecen al instrumento y que cumplieron con los requisitos de agrupar a 2 o más variables. Obteniendo así un total de 8 variables que cumplieron con los requisitos mencionados (y con no poseer correlaciones negativas). Las tablas Comunalidades son las variables iniciales y representadas por el factor extracción, como se puede observar en cada una de las anteriores dicha proporción de las variables que fueron explicadas por el análisis factorial.

Sumado a eso, las tablas 7, 9 y 11 cada una de ellas muestran los auto-valores de la matriz de varianzas-covarianza y del porcentaje de varianza de cada uno de ellos; estos auto-valores son explicados por la varianza total de cada componente. Esto nos ayudó para escoger el número idóneo de componentes. Todo esto fue estimado por el método del análisis de componentes principales, ya que fue el mejor que se adaptó a los datos en términos de las correlaciones reproducidas, por lo tanto optamos por extraer 2 a 3 componentes. Examinando todo esto podemos decir, que los ítems que pertenecen al mismo componente se pueden comprender, a través de estos componentes subyacentes que explican las correlaciones entre los demás ítems.

Los componentes se encuentran definidos por los ítems que tienen los pesos mayores, en otras palabras, de la totalidad o 100% del fenómeno estudiado, el componente 1 explica dicho fenómeno en un (72,117%; 73,411% y 54,257% respectivamente) y el componente 2 lo explica en un (14,212%; 26,589% y 32,796% respectivamente), por lo que si unimos ambos componentes se obtiene un porcentaje que explica ambos componentes del fenómeno estudiado, es así como se puede considerar que un ítem pertenece a un factor o que lo defina y lo pueda explicar suficientemente. La información de esta tabla nos ayuda a explicar cada uno de los factores que afecta a los diferentes componentes, El primer componente llamado *el estar más tiempo del planeado en Internet* nos ha mostrado que los jóvenes pueden tener un uso diario (más no excesivo, ya que los datos no evidencian eso) del Internet no dejan a un lado sus relaciones cara a cara sino que más bien dicho uso es cotidiano y esto contribuye a que se esté más cerca de sus allegados. Dichos jóvenes pertenecen a la Generación Y los

cuales poseen una actitud retadora y desafiante ante la vida. El segundo componente llamado *pasar más tiempo en Internet que realizando actividades sociales* nos ayuda a evaluar el modo en que los jóvenes utilizan el Internet y las Redes Sociales, se evidencia que son espacios de comunicación en red con sus amigos, estas también se utilizan como prolongación del espacio presencial de comunicación, ya que muchos de ellos lo utilizan para quedar presencialmente. En otras palabras, la interacción cara a cara ha dejado de ser patrimonio exclusivo del ámbito presencial, para ser cada vez más de la Red. Por último, el tercer componente llamado como *escape de sus sentimientos por la vía del Internet* estos medios funcionan como nuevos aparatos reguladores de los conflictos, tensiones y acuerdos entre individuos, ya que se crean nuevos mundos (escape) que transcienden los límites y allí crean espacios donde se sientan seguros y alejados de las cosas negativas, sin embargo en esta investigación no se encontró individuos que se alejarán del mundo real del todo, sino que más bien lo utilizan como otra forma de complementar a la interacción social con los otros. Dichos componentes nos ayudaron a llegar a ver que los jóvenes que utilizan con mayor frecuencia el Internet o las Redes Sociales son los que a su vez tienen mayor contacto con sus amigos y que además salen con ellos a menudo.

Ahora bien en el caso del Nivel de Ansiedad Social, se realizó el mismo procedimiento que se explicó anteriormente. El primer componente que se encuentra compuesto por las siguientes variables: me preocupa no saber qué decir, estoy tenso en grupos y me siento nervioso al socializar con desconocidos (Preguntas Nº 47, 48 y 51) con un peso de (0,813; 0,755; 0,804 respectivamente) se conoce como *la ansiedad al interactuar en distintas situaciones sociales*, es decir, al sujeto se le dificultad el poder desarrollarse en interacciones cara a cara con diversos individuos (Tablas 12 y 13), el segundo componente se encuentra compuesto por las siguientes variables: se me hace fácil conocer nuevas personas, se me hace fácil pensar en cosas para hablar y tengo facilidad para hacer amigos (Preguntas Nº 37, 41 y 43) con un peso de (0,663; 0,447; 0,562 respectivamente) se conoce *como la facilidad para hacer amigos* (Tablas 14 y 15) Por último, el tercer componente se encuentra compuesto por las siguientes variables: cuando socializo me siento incómodo, me pongo nervioso ante autoridades y me siento tenso si estoy a solas con otra persona (Preguntas Nº 33, 39 y 40) con un peso de (0,736; 0,348; 0,745 respectivamente) se conoce como *la dificultad para socializar con los demás* (Tablas 16 y 17).

Tabla 12. Comunalidades

	Extracción
Me preocupa de no saber que decir	,813
Estoy tenso en grupos	,755
Me siento nervioso al socializar con desconocidos	,804

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 13. Varianza total explicada

Componente	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	2,372	79,071	79,071	2,372	79,071	79,071
2	,360	11,985	91,056			
3	,268	8,944	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 14. Comunalidades

	Extracción
Se me hace fácil conocer nuevas personas	,663
Se me hace fácil pensar en cosas para hablar	,447
Tengo facilidad para hacer amigos	,562

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 15. Varianza total explicada

Componente	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,672	55,732	55,732	1,672	55,732	55,732
2	,778	25,937	81,669			
3	,550	18,331	100,000			

Tabla 15. Varianza total explicada

Componente	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,672	55,732	55,732	1,672	55,732	55,732
2	,778	25,937	81,669			
3	,550	18,331	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 16. Comunalidades

	Extracción
Cuando socializo me siento incómodo	,736
Me pongo nervioso ante autoridades	,348
Me siento tenso si estoy a solas con otra persona	,745

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 17. Varianza total explicada

Componente	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,829	60,955	60,955	1,829	60,955	60,955
2	,806	26,853	87,808			
3	,366	12,192	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Las tablas 12, 14 y 16 muestran la matriz factorial, resultado del análisis efectuado e indican aquellos componentes que cumplieron con los requisitos de poseer una carga factorial de .500 o superior. Además, se muestra la distribución de cada uno de las variables dentro de los tres componentes antes mencionados que pertenecen al instrumento y que cumplieron con los requisitos de agrupar a 2 o más variables. Obteniendo así un total de 9 variables que cumplieron con los requisitos mencionados (y con no poseer correlaciones negativas). Las

tablas Comunalidades son las variables iniciales y representadas por el factor extracción, como se puede observar en cada una de las anteriores dicha proporción de las variables que fueron explicadas por el análisis factorial.

Sumado a eso, las tablas 13, 15 y 17 cada una de ellas muestran los auto-valores de la matriz de varianzas-covarianza y del porcentaje de varianza de cada uno de ellos; estos auto-valores son explicados por la varianza total de cada componente. Esto nos ayudó para escoger el número idóneo de componentes. Todo esto fue estimado por el método del análisis de componentes principales, ya que fue el mejor que se adaptó a los datos en términos de las correlaciones reproducidas, por lo tanto optamos por extraer 2 a 3 componentes. Examinando todo esto podemos decir, que los ítems que pertenecen al mismo componente se pueden comprender, a través de estos componentes subyacentes que explican las correlaciones entre los demás ítems.

Los componentes se encuentran definidos por los ítems que tienen los pesos mayores, en otras palabras, de la totalidad o 100% del fenómeno estudiado, el componente 1 explica dicho fenómeno en un (79,071%; 55,732% y 60,955% respectivamente) y el componente 2 lo explica en un (11,985%; 25,937% y 26,853% respectivamente), por lo que si unimos ambos componentes se obtiene un porcentaje que explica ambos componentes del fenómeno estudiado, es así como se puede considerar que un ítem pertenece a un factor o que lo defina y lo pueda explicar suficientemente. La información de esta tabla nos indica que se debe extraer, en este caso dos factores, pero si quisiéramos explicar un poco más del tendríamos que explicar un tercer factor.

Se puede concluir, diciendo que lo fundamental de este análisis es que ya no es posible poder reducir el número de componentes, ya que cada uno de ellos y las variables que lo representan, aportan un peso considerable al factor y a su adecuación con el fenómeno a estudiar. Es por ello que debemos que con estos datos podemos explicar dichos componentes, el primer componente llamado *la ansiedad al interactuar en distintas situaciones sociales* nos da evidencia de que algunos individuos se sienten retraídos al momento de interactuar con otras personas en diversas situaciones sociales, esto se encuentra relacionado con que algunos sujetos se sientan mejor interactuando con las personas a través de las Redes Sociales, sin embargo en dicho estudio no se evidenció esto. El segundo componente llamado como *la*

facilidad para hacer amigos se aleja un tanto de lo anterior ya que algunos individuos se les facilita la interacción cara a cara con los demás, añadiendo que dichos sujetos utilizan el Internet y las Redes Sociales como herramientas para poder interactuar y comunicarse con los demás de forma rápida y eficaz desde cualquier parte del mundo contribuyendo a que los lazos de amistad se mantengan a pesar de la distancia y el tiempo. Por último, el tercer componente llamado como *la dificultad para socializar con los demás* nos muestra como ciertos sujetos se les dificulta el poder socializar con otros, por lo que podríamos pensar que dichos individuos buscan las Redes Sociales como maneras de comunicarse con los demás sin tener que verlos cara a cara, sin embargo en dicha investigación no se encontraron casos como estos y que además el mismo se aleje por completo del mundo real.

Todo esto nos lleva a deducir que, por un lado, el Internet no es un medio de aislamiento social, y que por el otro, la Red puede funcionar como un medio de socialización básico de los jóvenes estudiantes que utilizan Internet para quedar con los amigos con los que, además, después quedan presencialmente para hacer otro tipo de actividades.

En este sentido, más allá de lo mencionado en el punto anterior, desde el nacimiento, los humanos tienen la necesidad de vivir en sociedad y a lo largo de sus vidas, conocen e interactúan con muchas personas. Es en la niñez donde se emprenden las primeras amistades y es a través de las relaciones cara a cara, en donde se aprende a compartir, a solucionar los problemas en las relaciones y a ponerse en el lugar del otro. Con el paso del tiempo se va creciendo y se llega a un estado de madurez en donde dicho aprendizaje y amistades continúan, pero con la nuevas tecnologías dichos hábitos transcienden los límites, es decir, no solo se pueden cultivar esas a amistades a través de las relaciones cara a cara sino que existe la posibilidad de llevarlas a través del Internet y las Redes Sociales, las cuales funcionan como multiplicadoras de amistades y momentos para compartir.

DISCUSIÓN

La teoría de Manuel Castell, además de los distintos estudios acerca del ciberespacio y la sociología en relación a la teoría de la interacción social de la realidad, son en general los insumos teóricos que ha permitido crear un soporte que permita comprender parte de los procesos sociales que caracterizan al mundo virtual. Los jóvenes estudiantes que conformaron la muestra, a través de las respuestas suministradas por ellos, han puesto en evidencia el proceso de actuación virtual, como uno de los quehaceres más frecuentes es la utilización de estas Redes Sociales, es por ello que la comprensión sociológica del mismo se presenta a continuación.

A la luz de los hallazgos antes mencionados debemos mencionar que resulta difícil no admitir hoy en día el Internet y las nuevas tecnologías han invadido nuestro mundo. Se puede percibir diferentes manifestaciones en la brecha digital, principalmente las de acceso y uso, entre las que destacamos particularmente la brecha generacional (diferencia en el uso de la tecnología de aquellas personas que han nacido en generaciones diferentes).

Existe un buen aprovechamiento de los dispositivos tecnológicos por parte de la Universidad, lo cual promueve a que los jóvenes universitarios lo utilicen como una herramienta de comunicación, esto lo podemos entender como la forma en que las personas son capaces de entender, aprender, expresarse, producir, compartir y colaborar utilizando los nuevos canales de comunicación dentro y fuera de la UCAB. Por lo que, dentro de la vida cotidiana se pueden presentar nuevas formas de actuación social que confluyen continuamente (tanto en lo presencial como en lo virtual), es decir, para los individuos de hoy en día mucho de lo que sucede en el mundo real quiere ser llevado al mundo online y viceversa.

Un punto que debemos destacar de dicha investigación es que lejos de lo que se pueda pensar, de Internet, el mismo no es un medio de aislamiento social y puede funcionar como un medio de socialización básico de los estudiantes, que utilizan Internet para quedar con los amigos o familiares con los que además después se encuentran presencialmente para hacer otro tipo de actividades. Por lo que podemos deducir que los individuos que más salen con sus amigos son los que manifiestan una frecuencia de uso de las Redes Sociales más elevada.

Del mismo modo que se constata que los estudiantes que utilizan las Redes Sociales como espacios de comunicación en red con sus amigos, entonces nos da evidencia de que también estas se utilizan como prolongación del espacio presencial de comunicación, ya que muchos de ellos lo utilizan para quedar presencialmente. Como se describió anteriormente la comunicación en la actualidad se lleva a cabo a través de los teléfonos inteligentes, la mensajería instantánea, las Redes Sociales o cualquier otra aplicación o espacio de comunicación mediada por las redes de telecomunicación, y el contexto presencial de comunicación se fusionan existiendo, así una ampliación del espacio real en el virtual.

Dicho esto daremos paso a las conclusiones que se llegaron con dicho estudio.

CONCLUSIONES

En base a los objetivos definidos en esta investigación, las principales conclusiones son las siguientes:

Sin lugar a dudas, el avance tecnológico ha cobrado auge en los últimos tiempos, uno de esos avances ha sido la puesta en marcha del Internet, instrumento que ha acortado la brecha comunicacional entre las personas de todo el mundo, permitiéndoles mantener una comunicación constante y que en la mayoría de los casos se desarrolla en tiempo real, a través de las distintas aplicaciones y/o redes sociales.

En relación a ello considerando el uso que le dan los jóvenes al Internet y las Redes Sociales y cómo esta afectaba a las Relaciones Cara a Cara se realizó esta investigación, la cual arrojó, entre otras las siguientes conclusiones:

Se determinó que los niveles de Interacción Social tanto virtual como cara a cara siguen siendo altos ya que, a pesar de que a través de las Redes Sociales se pueden crear lazos de amistad con personas de todo el mundo, aun así los jóvenes prefieren mantener lazos de amistad en contacto "cara a cara", al menos así lo prefieren los estudiantes que fueron encuestados para dicha investigación, en los cuales solo un pequeño grupo señaló tener amigos provenientes de Internet, es decir, que las relaciones sociales cara a cara y con su entorno más cercano sigue prevaleciendo.

Se identificó que el Nivel de Inmersión es cada vez más alto, porque en la actualidad el Internet es utilizado por la mayoría de las personas como una herramienta de comunicación e información, y especialmente los jóvenes se sienten atraídos por las novedades que esta ofrece.

El Nivel de Interacción Social cara a cara por parte de los jóvenes estudiantes es importante ya que en dicho estudio se evidenció, que los sujetos que más salen con sus amigos (presencialmente) son los que manifiestan una frecuencia de uso de las Redes Sociales más elevada. Del mismo modo, que se constata que los jóvenes que utilizan las Redes Sociales como espacios de comunicación en red con sus amigos, estas también se utilizan como

prolongación del espacio presencial de comunicación, ya que muchos de ellos lo utilizan para quedar presencialmente.

La relación que existe entre las Redes Sociales y las Interacciones cara a cara viene dada por la capacidad de cómo los jóvenes en diferentes contextos usan dichas herramientas como las Redes Sociales para diferentes fines, la misma ayuda a los actores a desenvolverse en el mundo real de forma satisfactoria. Por lo que a raíz de este estudio pudimos ver que el Internet no se convertía en un espacio de aislamiento social, sino que más bien el estudio concluyó que lo jóvenes estudiantes utilizan el Internet, y específicamente las herramientas de comunicación como las Redes Sociales, de forma complementaria a la comunicación presencial, coincidiendo mayoritariamente su red de contactos presenciales con la red de contactos en red. Esto nos muestra que existe una relación directa entre ambas variables y que además se complementa la una de la otra.

Por otro lado, mientras que existan diversas Redes Sociales, el Instagram, es la preferida por los jóvenes (que fueron encuestados en dicha investigación), ya que la misma provee un espacio de comunicar a los demás tu personalidad y estilo de vida, esto viene dado por obtener estabilidad y status social ante los demás, la mitad de los jóvenes encuestados hace uso de esta Red Social entre una y dos horas diarias. Las Redes Sociales, llegaron a la sociedad para cambiar la manera de vivir de las personas, ya que a través de estas se pueden publicar fotos, interactuar en tiempo real con personas que se encuentran a largas distancias, ver vídeos, publicar noticias, pensamientos entre otros, es decir, ofrecen elementos que hacen la vida más fácil.

RECOMENDACIONES

- Promover una línea de investigación, en temas innovadores referidos a la temática virtual y del Uso del Internet, para que así los Sociólogos estén al día con los avances tecnológicos.

- Tomando esta investigación como ejemplo, se recomienda incursionar dentro de la teoría sociológica en busca de otros conceptos distintos a los aquí planteados, que llevados al ciberespacio permitan comprender aristas distintas a las del problema aquí tratado.

- De igual forma se recomienda también, el utilizar la construcción teórica y metodológica aquí planteada para estudiar otras causas que complementen dicho estudio, como también el innovar en torno a la indagación de razones sociales distintas a las aquí planteadas.

- Dada la naturaleza exploratorio/descriptivo de la presente investigación, se sugiere realizar estudios cuantitativos más específicos y complejos que ayuden a evaluar otros rasgos sobre la situación mencionada en dicha investigación.

- En la presente investigación no se generaron diferencias significativas en cuanto al sexo, por lo cual se sugiere realizar un estudio futuro, donde la variable sea controlada y permita conocer si existen diferencias entre las variables estudiadas en la misma.

- Se recomienda que las futuras investigaciones sean online para disminuir así el presupuesto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña, I., & Serrano, C. (2013). La foto de perfil de Facebook: comprensión sociológica de la actuación virtual de un grupo de jóvenes Universitarias. En I. Acuña, & C. Serrano, *La foto de perfil de Facebook: comprensión sociológica de la actuación virtual de un grupo de jóvenes Universitarias* (pág. 20). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello .

Álvarez, P. (12 de Junio de 2013). *El País*. Recuperado el 30 de Marzo de 2014, de El País: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/06/11/actualidad/1370971361_594475.html

Aparicio Hernández, S. (23 de Diciembre de 2014). *http://ssociologos.com/*. Recuperado el 28 de Mayo de 2015, de http://ssociologos.com/: http://ssociologos.com/2014/12/23/entre-la-microsociologia-y-el-interaccionismo-simbolico-relaciones-sociales-e-interaccion-social-en-george-herbert-mead-y-erving-goffman/

Basekit. (2013). *Basekit*. Recuperado el 24 de Octubre de 2014, de Basekit: http://www.basekit.com.mx/basekiteca/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales-para-los-jovenes

Bauman, Z. (2002). *Modernidad líquida.* México DF: Fondo de Cultura Económica.

BEIT S.L. (2006). *ServiciosTic.* Recuperado el 26 de Junio de 2014, de ServiciosTic: http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

Bermúdez, P. (25 de Marzo de 2014). *CIO*. Recuperado el 30 de Marzo de 2014, de CIO: http://cioperu.pe/articulo/15485/liderar-innovando-o-extinguirse-en-la-sociedad-de-la-informacion/

Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 97-114.

Cabero Almenara, J. (1998). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas, en LORENZO, M. y otros (coords): Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales.* Granada: Grupo Editorial Universitario.

Canales, M. (1995). Sociologias de la vida cotidiana. *Dimensiones actuales de la sociología*, 88-97.

Castells, M. (2003). *La galaxia internet.* Barcelona: Random House Mondadori.

Castells, M. (2008). *UOC*. Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de UOC: http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain7.html

Castro, C. (2013). *Formulación de estrategias de marketing mediante el uso de internet por los consumidores jóvenes.* Caracas: Universidad Central de Venezuela. Tesis de postgrado para la obtención del título de Especialista de Mercadeo para Empresas.

Cuadro, M. (20 de Abril de 2010). *Red21.com*. Recuperado el 21 de Julio de 2014, de Red21.com: http://www.cursosporinternet.info/index.php/the-news/44-gestion/323-que-son-las-generaciones-x-y-y-z.html

Del Acebo Ibañez, E., & Brie, R. (2006). Diccionario de Sociología. En E. Del Acebo Ibañez, & R. J. Brie, *Diccionario de Sociología* (pág. 334). Buenos Aires: Claridad.

Del Acebo Ibañez, E., & Brie, R. J. (2006). Diccionario de Sociología. En E. Del Acebo Ibañez, & R. J. Brie, *Diccionario de Sociología* (págs. 221-222). Buenos Aires: Claridad.

García Ferrando, M., Ibáñez, J., & Alvira Martín, F. (2000). El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación. En M. García Ferrando, J. Ibáñez, & F. Alvira Martín, *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación* (pág. 123). Madrid: Alianza.

García, N. (2001). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.* México: Paidos.

Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana (2da edición ed.).* Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Guia.com.ve. (18 de Octubre de 2009). *La guia de Venezuela*. Recuperado el 29 de Junio de 2014, de La guia de Venezuela: http://www.guia.com.ve/noti/50505/los-usuarios-mas-jovenes-de-las-redes-estan-en-venezuela

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación.* Naucalpan: MCGRAW-HILL.

Instituto de Perfeccionamiento y Estudios Superiores. (s.f.). *IPES.* Recuperado el 12 de Junio de 2014, de IPES: http://ipes.anep.edu.uy/documentos/investigacion/materiales/inv_cuanti.pdf

Mashable. (3 de Noviembre de 2012). *mashable.com*. Recuperado el 24 de Octubre de 2014, de mashable.com: http://mashable.com/2012/11/03/facebook-addiction/

Méndez, A. (12 de Diciembre de 2011). *Internet en Latinoamérica*. Obtenido de Internet en Latinoamérica: http://internet-latinoamerica.blogspot.com/2011/12/impacto-y-futuro-de-las-redes-sociales.html

Moral, J., García, C., & Antona, C. (2013). Validación de la escala de ansiedad en la interacción. *Redalyc*, 27-42.

Nisbet, R. A. (1982). Introducción a la Sociología. El Vinculo Social. En R. A. Nisbet, *Introducción a la Sociología. El Vinculo Social* (pág. 57). Barcelona: Vicens-vives.

Olea, A. (21 de Abril de 2015). *Dexpierta*. Obtenido de Dexpierta: http://dexpierta.com/la-generacion-tecnologica/

Oliva, C. (2012). Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet. *aposta*, 1.

Peimbert, E. (19 de junio de 2012). *Konzeppt*. Obtenido de Konzeppt: http://www.konzeppt.com/blog/la-generacion-y-o-millennials/

Perilla Lozano, L., & Zapata Cadavid, B. (2009). Redes sociales, participación e interacción social. *Dialnet* , 147-158.

Pulido, M., Escoto, R., & Gutiérrez, D. (2011). Validez y Confiabilidad del Cuestionario de Uso Problemático de Internet (CUPI). *Redalyc*, 25-34.

Real Academia Española. (Octubre de 2014). *RAE*. Obtenido de RAE: http://lema.rae.es/drae/?val=internet

Rivera, J. D. (27 de Octubre de 2014). *Sociología y Redes sociales*. Obtenido de Sociología y Redes sociales: http://sociologiayredessociales.com/2014/10/la-necesidad-de-estar-integrado/#more-258

Rodil, S. (2013). *El empleo*. Obtenido de El empleo: http://www.elempleo.com/colombia/investigacion_laboral/caracternusticas-de-la-generacin-n-y----------/12101062

Ros-Martín, M. (2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *El profesional de la información*, 552-557. Obtenido de EPI.

Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 420-433.

Sueiras, E. (1 de Enero de 2010). *Scribd.com*. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de Scribd.com: http://es.scribd.com/doc/24658747/Redes-sociales-definicion

Tendecias Digitales. (23 de Noviembre de 2011). *Tendecias Digitales*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de Tendecias Digitales: http://tendenciasdigitales.com/1330/chile-venezuela-y-uruguay-se-ubican-en-el-top-3-del-indice-web-2-0/

Universidad Católica Andrés Bello. (2013). *Universidad Católica Andrés Bello*. Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de Universidad Católica Andrés Bello: http://w2.ucab.edu.ve/tecnologia.html

Vander Zanden, J. W. (1989). *Manual de Psicología Social* . Barcelona: Paidós Ibérica.

Weber, M. (1944). *Economía y Sociedad.* México: Fondo de Cultura Económica.

ANEXOS

Anexo A. Cuestionario de Uso Problemático de Internet

Muchas gracias por su colaboración en este estudio. La finalidad de esta investigación es conocer algunas características del uso de Internet en estudiantes universitarios. Por favor lea con cuidado el siguiente cuestionario y conteste todas las preguntas de la manera más honesta posible. No existen respuestas correctas o incorrectas. Si tiene cualquier duda acerca de las preguntas o las instrucciones le solicitamos que consulte al aplicador. Cuando termine de contestar guarde su cuestionario en el sobre que recibió y ciérrelo herméticamente. Cuando haya concluido espere a que todos los alumnos terminen. Una vez que esto ocurra, el aplicador pasará con cada uno de ustedes. Por favor depositen el sobre en la urna que éste lleva. Los resultados del presente estudio sólo serán utilizados con fines de investigación. Gracias por su colaboración.

Preguntas del Cuestionario	Puntaje asignado según la respuesta
<u>Primera parte:</u> 1. ¿Con qué frecuencia prefiere quedarse en casa conectado a Internet que salir con sus amigos o familiares a algún lugar? 2. ¿Con qué frecuencia prefiere estar en Internet que pasar tiempo con su pareja? 3. ¿Ha actuado agresivamente hacia los demás porque lo interrumpen cuando está en línea? 4. ¿Con qué frecuencia piensa que la vida sin Internet sería aburrida, vacía y triste? 5. ¿Con qué frecuencia va rápidamente a su casa o trabajo con el fin de conectarse a Internet?	Si la respuesta es nunca (valor 0) Si la respuesta es rara vez (valor 1) Si la respuesta es a veces (valor 2) Si la respuesta es seguido (valor 3) Si la respuesta es muy seguido (valor 4)
<u>Segunda parte:</u> 1. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet a pesar de sus esfuerzos de no hacerlo? 2. ¿Con qué frecuencia le ha resultado difícil	Si la respuesta es nunca (valor 0) Si la respuesta es rara vez (valor 1) Si la respuesta es a veces (valor 2) Si la respuesta es seguido (valor 3)

dejar de usar el Internet? 3. ¿Con qué frecuencia duerme poco por estar usando Internet hasta tarde?	Si la respuesta es muy seguido (valor 4)
<u>Tercera parte:</u> 1. ¿Qué tan seguido piensa en Internet, aun cuando no está conectado? 2. Una vez que ya se desconectó, ¿Con qué frecuencia piensa en cuando volverá a conectarse? 3. ¿Con qué frecuencia se ha sentido frustrado o irritado por no poder usar Internet? 4. ¿Ha fracasado en tratar de usar menos el Internet?	Si la respuesta es nunca (valor 0) Si la respuesta es rara vez (valor 1) Si la respuesta es a veces (valor 2) Si la respuesta es seguido (valor 3) Si la respuesta es muy seguido (valor 4)
<u>Cuarta parte:</u> 1. ¿Con qué frecuencia otras personas le han sugerido que use menos el Internet? 2. ¿Ha pensado que debe usar menos Internet? 3. ¿Con qué frecuencia prefiere usar Internet en lugar de pasar tiempo con otras personas?	Si la respuesta es nunca (valor 0) Si la respuesta es rara vez (valor 1) Si la respuesta es a veces (valor 2) Si la respuesta es seguido (valor 3) Si la respuesta es muy seguido (valor 4)
<u>Quinta parte:</u> 1. ¿Qué tan seguido usa Internet para escapar de sentimientos negativos? 2. ¿Cuándo se siente mal anímicamente? ¿Se conecta a Internet? 3. ¿Con qué frecuencia interfiere Internet en el cumplimiento de sus obligaciones cotidianas?	Si la respuesta es nunca (valor 0) Si la respuesta es rara vez (valor 1) Si la respuesta es a veces (valor 2) Si la respuesta es seguido (valor 3) Si la respuesta es muy seguido (valor 4)

Anexo B. Escala de ansiedad ante la interacción social

Para cada oración que encuentre a continuación, por favor encierre el número que indique el grado en el que la frase representa lo que es cierto sobre usted. La escala de respuestas es la siguiente:

0	1	2	3	4
Nada	Poco	Bastante	Mucho	Totalmente

1.	Me pongo nervioso si tengo que hablar con alguna autoridad (maestro, jefe, etc.).	0	1	2	3	4
2.	Se me hace difícil mirar a los ojos a los demás.	0	1	2	3	4
3.	Me pongo tenso si tengo que hablar sobre mí o sobre mis sentimientos.	0	1	2	3	4
4.	Se me hace difícil socializar con las personas con las que trabajo.	0	1	2	3	4
5.	Tengo facilidad para hacer amigos de mi edad.	0	1	2	3	4
6.	Me tenso si me encuentro algún conocido en la calle.	0	1	2	3	4
7.	Cuando socializo me siento incómodo.	0	1	2	3	4
8.	Me siento tenso si estoy a solas con otra persona.	0	1	2	3	4
9.	Se me hace fácil conocer nuevas personas en fiestas, etc.	0	1	2	3	4
10.	Se me hace difícil platicar con otras personas.	0	1	2	3	4
11.	Se me hace fácil pensar en cosas sobre las cuales hablar.	0	1	2	3	4
12.	Me preocupa expresarme por temor a parecer torpe.	0	1	2	3	4
13.	Se me hace difícil estar en desacuerdo con el punto de vista de alguien más.	0	1	2	3	4
14.	Tengo dificultades para hablar con una persona atractiva del sexo opuesto.	0	1	2	3	4
15.	Me preocupo de no saber qué decir en situaciones sociales.	0	1	2	3	4
16.	Me siento nervioso al socializar con personas que no conozco bien.	0	1	2	3	4
17.	Siento que diré algo vergonzoso cuando hable.	0	1	2	3	4
18.	Cuando socializo en un grupo me preocupa que me vayan a ignorar.	0	1	2	3	4
19.	Estoy tenso cuando socializo en un grupo.	0	1	2	3	4
20.	Estoy indeciso acerca de saludar a alguien que conozco solo superficialmente.	0	1	2	3	4

UCAB Universidad Católica ANDRÉS BELLO

1. Sexo: **F** ☐ **M** ☐ 2. *Edad:* _____
3. Escuela: _____
4. Año/Semestre Académico: _____

Anexo C. Cuestionario Final.

Escuela de Ciencias Sociales

5to Año de Sociología

Buenos días/tardes la finalidad de esta investigación es conocer algunas características del uso de Internet en estudiantes universitarios. Por favor lea con cuidado el siguiente cuestionario y conteste todas las preguntas de la manera más honesta posible. No existen respuestas correctas o incorrectas. Si tiene cualquier duda acerca de las preguntas o las instrucciones le solicitamos que consulte al encuestador. Una vez que haya finalizado de responder el cuestionario, verifique que no haya dejado ninguna pregunta en blanco y entréguelo al encuestador. Los resultados del presente estudio sólo serán utilizados con fines académicos y se presentarán en un Trabajo de Grado. Gracias por su colaboración.

P5. ¿Es usted usuario de Internet?

- SI ☐ NO ☐

P6. ¿Con qué frecuencia se conecta usted a Internet? **Marcar una sola respuesta**

- Diariamente / Todos los días____
- De 4 a 6 días a la semana ____
- De 2 a 3 días a la semana ____
- Una vez a la semana ____
- Cada quince días/dos semanas____
- Cada tres semanas ____
- Una vez al mes ____

P7. ¿Desde dónde suele usted conectarse a Internet? – **Marcar múltiples opciones**

- Hogar ____
- Lugar de Trabajo u Oficina ____
- Lugar de Estudio (instituto, universidad, etc.) ___
- Cybercafé ___
- Casa de amigo/Familiar ____
- Teléfono celular ____
- Laptop ____
- Internet Móvil ____
- Tablet, Ipad ____
- Otro (especificar) _____

P8. Indistintamente del día de la semana. En promedio, ¿Cuántas horas diarias dedica usted a navegar en Internet? ¿Lunes a Viernes? ¿Sábados y Domingo? – **Marcar una opción de respuesta por columna**

	Lunes a Viernes	**Sábado y Domingo**
Menos de 1 hora		
De 1 a 2 horas		
De 2 a 3 horas		
De 3 a 4 horas		
De 4 a 5 horas		
Más de 5 horas		
No navego en Internet esos días		

P9. Indistintamente de las horas que usted navegue en Internet. En promedio, ¿Cuántas horas diarias dedica usted a navegar en Redes Sociales? ¿Lunes a Viernes? ¿Sábados y Domingo? – **Marcar múltiples opciones**

	Lunes a Viernes	**Sábado y Domingo**
Menos de 1 hora		
De 1 a 2 horas		
De 2 a 3 horas		
De 3 a 4 horas		
De 4 a 5 horas		
Más de 5 horas		
No navego en Redes Sociales esos días		

P10. ¿Cuáles redes sociales suele usted visitar? **(Puede marcar varias opciones)** ¿Cuál visita con mayor frecuencia? **(Marque una sola opción)** Y ¿Cuál es su favorita? **(Marque una sola opción)**

Redes Sociales	**Redes Sociales que visita (Puede marcar varias opciones)**	**Mayor Frecuencia (Marque una sola opción)**	**Favorito (Marque una sola opción)**
Facebook			
Twitter			
Pinterest			
Instagram			
Slideshare			
LinkedIn			
Tumblr			
Otro: _____			

P11. ¿A cuántas personas has conocido presencialmente y a cuántas virtualmente (a través de internet o redes sociales)? **Escribe el <u>número</u> de personas**

	Presencial	**Virtual**
En la última semana		
En el último mes		
En los últimos 3 meses		
En los últimos 6 meses		

P12. ¿Qué tan seguido te reúnes con las personas que compartes más, tanto presencialmente como virtualmente? **Marca una sola opción con una X**

	Presencial	**Virtual**
Diariamente		
Más de 4 veces por semana		
De 2 a 4 veces por semana		
1 vez a la semana		
Más de una vez cada quince días		
Una vez cada quince días		
Más de 2 veces al mes		
Al menos una vez al mes		
Menos de una vez al mes		

P13. ¿Qué tan fácil es para ti establecer relaciones personales cara a cara? **Encierra con un círculo tu respuesta**

0	1	2	3	4
Muy difícil	Difícil	Ni fácil ni difícil	Fácil	Muy fácil

P14. ¿Qué tan fácil es para ti establecer relaciones virtuales? **Encierra con un círculo tu respuesta**

0	1	2	3	4
Muy difícil	Difícil	Ni fácil ni difícil	Fácil	Muy fácil

Segunda parte: para cada pregunta a continuación, por favor marque el número que indique el grado en el que la frase representa lo que es cierto para usted. La escala de respuesta es la siguiente:

0	1	2	3	4
Nunca	Rara vez	A veces	Seguido	Muy seguido

Preguntas del Cuestionario	**Puntaje**				
15. ¿Con qué frecuencia prefiere quedarse en casa conectado a Internet que salir con sus amigos o familiares a algún lugar?	0	1	2	3	4
16. ¿Con qué frecuencia prefiere estar en Internet que pasar tiempo con su pareja?	0	1	2	3	4
17. ¿Ha actuado agresivamente hacia los demás porque lo interrumpen cuando está en línea?	0	1	2	3	4
18. ¿Con qué frecuencia piensa que la vida sin Internet sería aburrida, vacía y triste?	0	1	2	3	4
19. ¿Con qué frecuencia va rápidamente a su casa o trabajo con el fin de conectarse a Internet?	0	1	2	3	4
20. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet a pesar de sus esfuerzos de no hacerlo?	0	1	2	3	4
21. ¿Con qué frecuencia le ha resultado difícil dejar de usar el Internet?	0	1	2	3	4
22. ¿Con qué frecuencia duerme poco por estar usando Internet hasta tarde?	0	1	2	3	4
23. ¿Qué tan seguido piensa en Internet, aun cuando no está conectado?	0	1	2	3	4
24. Una vez que ya se desconectó, ¿Con qué frecuencia piensa sobre cuándo volverá a conectarse?	0	1	2	3	4
25. ¿Con qué frecuencia se ha sentido frustrado o irritado por no poder usar Internet?	0	1	2	3	4
26. ¿Ha fracasado en tratar de usar menos el Internet?	0	1	2	3	4
27. ¿Con qué frecuencia otras personas le han sugerido que use menos el Internet?	0	1	2	3	4
28. ¿Ha pensado que debe usar menos Internet?	0	1	2	3	4
29. ¿Con qué frecuencia prefiere usar Internet en lugar de pasar tiempo con otras personas?	0	1	2	3	4
30. ¿Qué tan seguido usa Internet para escapar de sentimientos negativos?	0	1	2	3	4
31. ¿Cuándo se siente mal anímicamente? ¿Se conecta a Internet?	0	1	2	3	4
32. ¿Con qué frecuencia interfiere Internet en el cumplimiento de sus obligaciones cotidianas?	0	1	2	3	4

Tercera parte: para cada oración que encuentre a continuación, por favor marque el número que indique el grado en el que la frase representa lo que es cierto sobre usted. La escala de respuesta es la siguiente:

0	1	2	3	4
Nada	Poco	Bastante	Mucho	Totalmente

Preguntas del Cuestionario	**Puntaje**				
33. Me pongo nervioso si tengo que hablar con alguna autoridad (maestro, jefe, etc.)	0	1	2	3	4
34. Se me hace difícil mirar a los ojos a los demás	0	1	2	3	4
35. Me pongo tenso si tengo que hablar sobre mí o sobre mis sentimientos	0	1	2	3	4
36. Se me hace difícil socializar con las personas con las que trabajo	0	1	2	3	4
37. Tengo facilidad para hacer amigos de mi edad	0	1	2	3	4
38. Me tenso si me encuentro algún conocido en la calle	0	1	2	3	4
39. Cuando socializo me siento incómodo	0	1	2	3	4
40. Me siento tenso si estoy a solas con otra persona	0	1	2	3	4
41. Se me hace fácil conocer nuevas personas en fiestas, etc.	0	1	2	3	4
42. Se me hace difícil hablar con otras personas	0	1	2	3	4
43. Se me hace fácil pensar en cosas sobre las cuales hablar	0	1	2	3	4
44. Me preocupa expresarme por temor a parecer torpe	0	1	2	3	4
45. Se me hace difícil estar en desacuerdo con el punto de vista de alguien más	0	1	2	3	4
46. Tengo dificultades para hablar con una persona atractiva del sexo opuesto	0	1	2	3	4
47. Me preocupo de no saber qué decir en situaciones sociales	0	1	2	3	4
48. Me siento nervioso al socializar con personas que no conozco bien	0	1	2	3	4
49. Siento que diré algo vergonzoso cuando hable	0	1	2	3	4
50. Cuando socializo en un grupo me preocupa que me vayan a ignorar	0	1	2	3	4
51. Estoy tenso cuando socializo en un grupo	0	1	2	3	4
52. Estoy indeciso acerca de saludar a alguien que conozco solo superficialmente	0	1	2	3	4