

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO
VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**



TESIS

**“EFECTOS SOCIALES Y COMUNICACIONALES DE LA
INTERNET EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE
PSICOLOGÍA DE LA UNHEVAL. HUÁNUCO 2015”**

Para optar el título profesional de:

**LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

Bachilleres:

CRUZ HINOSTROZA, Alex Jimmy
GIL SAMAMÉ, Alejandro José
SAN MARTIN ORTIZ, Alex Yuriko

DEDICATORIA

A nuestros padres que
gracias a su esfuerzo
somos y seguiremos siendo
buenos profesionales.

AGRADECIMIENTO

A nuestros docentes de la facultad
de Ciencias Sociales
por los conocimientos
impartidos que nos
sirvieron en nuestra
Formación.

HUÁNUCO – 2016

INDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

I. MARCO TEÓRICO	01
1.1. Marco conceptual	01
1.2. Bases teóricas	11
1.2.1. La comunicación social	11
1.2.2. Los medios de comunicación social	14
1.2.3. La internet	17
1.2.4. La internet y sus redes sociales	18
1.2.5. La internet, la cibersociedad y el hipermundo Comunicología del ciberespacio. El mundo, el Cibermundo y el hipermundo	25
1.2.6. Impacto de la internet en los procesos Comunicacionales	33
1.2.7. Tecnología y ejercicio profesional	37
1.2.8. Convergencia tecnológica	38
1.2.9. Tecnologías de la información y la comunicación	39
1.3. Definición de términos	42
1.4. Hipótesis	54
1.5. Objetivos	57
1.6. Población y Muestra	58
II. ASPECTOS METODOLÓGICOS	60
2.1. Tipo y nivel de investigación	60
2.2. Método de investigación	60
2.3. Diseño de investigación	61
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	61
2.4.1. Técnicas de trabajo de campo	61
2.4.2. Técnicas de trabajo de datos	63
III. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	64
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

Los grandes cambios que se están operando en el campo del conocimiento y la tecnología, traen muchos beneficios, pero también algunos problemas dependiendo del uso que se les dé. En este sentido, la internet es la tecnología que se va a constituir en decisiva, del mismo modo que el motor eléctrico fue el vector de la transformación tecnológica durante la era industrial.

Los efectos de internet en la sociedad son abrumadores debido a que aún se desconocen cuáles serán sus efectos reales. Los medios contribuyen a deformar esta percepción ya por sí distorsionada, difundiendo informes alarmistas y basados en observaciones anecdóticas y opiniones tendenciosas.

A partir de los estudios que muestran las altas cifras de uso y abuso de las redes sociales en adolescentes y jóvenes, se desprende la gran atracción que ejercen en este grupo etario tan vulnerable por sus procesos neuropsicobiológicos, sociales y comunicacionales. Por eso, se hace necesario revisar los efectos que pueden producir estos nuevos estilos de comunicación y de conexión permanente. El abuso de redes sociales ha mostrado una asociación con depresión, síndrome de déficit atencional con hiperactividad, insomnio, disminución de horas total de sueño, disminución del rendimiento académico, repitencia y abandono de los estudios. También ha sido asociado con un amplio rango de problemas psicosociales. Estudios han revelado falla en la toma de decisiones en los adictos a juegos online. Los

jóvenes que juegan de forma excesiva tienen menos capacidad de procesar el feedback frente a las decisiones, no considerándolo a la hora de tomarlas. Se ha visto, además, fallas en los procesos de aprendizaje. En relación al desarrollo de personalidad, se ha registrado que a mayor gravedad de la personalidad, mayor es el riesgo de adicción. Y los efectos de tipo social y comunicacional también son elocuentes, y las cifras así lo demuestran.

El uso masivo de internet por parte de los adolescentes y jóvenes lleva entonces, a una reflexión sobre los vínculos y a la necesidad de desarrollar un enfoque integrador, que permita visualizar tanto los riesgos como las oportunidades de esta nueva forma de comunicarse en línea.

Esta nueva realidad genera en nuestra sociedad ambiciosas expectativas como preocupaciones. Mucha gente ve en esta evolución un medio para elevar los niveles de vida de las generaciones presentes y futuras, una perspectiva desde la cual las ventajas son más numerosas que los problemas que esto trae consigo.

Esta investigación se enfoca hacia el conocimiento de las ventajas y desventajas de la tecnología de la Internet, así como de los cambios sociales que se observan en las generaciones presentes, sobre todo en los jóvenes, con la finalidad de comprobar si este desarrollo tecnológico significa igualmente una insana dependencia de los individuos hacia dichos medios de comunicación.

En el plano teórico, este trabajo de investigación pretende ser un aporte al conocimiento científico de los efectos que produce u ocasiona el uso de la internet por parte de los estudiantes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL. Este problema, por sí mismo, se ha constituido en un fenómeno social, sin embargo, ha recibido escasa atención de parte de los estudiosos de problemas sociales (comunicacionales) y lo poco que existe se han hecho de manera accesoria y/o colateral, no abordando el problema tal como su importancia lo exige. En el plano de su aplicación práctica, consideramos debe ser útil como material de consulta, sobre todo, a nivel de propuestas, sugerencias y/o recomendaciones.

Sin embargo, se han tenido algunas limitaciones propias de cualquier investigación como la que hemos realizado por lo controversial que significa. En este sentido, en la región hubo escasa o nula bibliografía relacionada a trabajos de investigación acerca del uso de la internet y sus efectos sociales y comunicacionales. A ello, se agrega la escasa disposición de recursos financieros para el desarrollo del estudio. Otra limitación es que en la región Huánuco no existen especialistas en el tema, lo que ha dificultado en cierto modo el desarrollo de la investigación. Asimismo, la información disponible ha sido contradictoria y no son muy confiables, lo que constituye otra gran limitación. A pesar de las dificultades, se ha logrado culminar satisfactoriamente esta investigación y esperamos se constituya en un aporte al conocimiento de esta temática.

Los tesisistas.

RESUMEN

El uso masivo de internet por parte de los adolescentes y jóvenes lleva entonces, a una reflexión sobre los vínculos y a la necesidad de desarrollar un enfoque integrador, que permita visualizar tanto los riesgos como las oportunidades de esta nueva forma de comunicarse. Este trabajo de investigación tuvo la necesidad de conocer los efectos sociales y comunicacionales del uso del internet en los estudiantes de la Facultad de Psicología. Al respecto, se pudo demostrar que efectivamente, el uso inadecuado de la internet trae como consecuencias en el proceso de socialización que se da entre los seres humanos en toda su vida, lo mismo sucede con las formas de comunicarse. Para lograr los objetivos de investigación se trabajó con una muestra de 151 estudiantes de la Facultad de Psicología, Así mismo, este trabajo es de tipo aplicativo y se ubica en el nivel descriptivo y explicativo. Se hizo uso de los métodos generales de investigación como la inducción-deducción, análisis-síntesis, siendo el método guía principal el dialéctico.

Como resultado de la investigación, encontramos que el uso de la internet provoca efectos positivos y negativos en los alumnos de la Facultad de Psicología. Desde luego el uso inadecuado del internet va a traer efectos negativos. Se ha demostrado que los padres, los maestros hacen muy poco para controlar y/o supervisar el uso del internet de parte de los jóvenes alumnos, ya sea por desinterés, falta de conocimientos, etc. Así mismo, se ha podido demostrar que el fácil acceso a la internet, la abundante información

que posee, se hacen muy atractivos para las personas y un sector sensible a los efectos del internet van a ser los jóvenes (además de los niños adolescentes), entonces surge la necesidad que los entes encargados de administrar el uso adecuado del internet deban implementar medidas preventivas, de capacitación, sensibilización en todos aquellos que tengan que ver de manera directa e indirecta con el uso del internet.

I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de investigación

1.1.1. **“Consecuencias sociales del uso del internet”**. James E. Katz y Ronald E. Rice. Colección, Nuevas Tecnologías y Sociedad. Editorial UOC. Barcelona. España. 2002.

Esta obra señala que la paradoja Internet plantea el hecho de que una tecnología social aisle más a las personas. Esa paradoja la han alimentado las conclusiones a las que han llegado distintos investigadores. Por un lado, algunos resultados han apuntado a que un uso intensivo de las nuevas tecnologías, y en especial de Internet, provocaba el aislamiento. Otros estudios, liderados por nuestros autores, han determinado que el uso de Internet se convierte en un fuerte de organización cívica y aumenta los vínculos de las personas.

1.1.2. **“Acceso y uso de Internet por parte del estudiantado de la UCA”**. Renata Rodríguez. Universidad Centroamericana Informe de Investigación. Junio de 2008.

Este artículo presenta los resultados de una investigación Social, sobre acceso y hábitos de uso de Internet entre el estudiantado

de todas las carreras de Pregrado de la Universidad Centroamericana (UCA). Se encuestó a una muestra de estudiantes de cada una de las carreras, matriculados en el I cuatrimestre de 2008. Entre los principales resultados se observa un alto porcentaje de estudiantes con acceso frecuente a Internet, principalmente con propósito de comunicación e investigación académica. Hay un bajo índice de estudiantes con acceso a Internet desde su casa y un porcentaje mediano de estudiantes poseen computadoras en su hogar. Se observan algunas diferencias de hábitos según carrera de estudio y año de ingreso en la universidad.

1.1.3. “Investigación sobre conductas adictivas a internet entre los adolescentes europeos”. Artemis Tsitsika, Eleni Tzavela, Foteini Mavromati and the eu net adb Consortium. Funded by the European Union Safer internet plus. Universidad de Mainz. Alemania.

Entre los resultados de la investigación se encontró que un 1,2% de la muestra presenta CAI (Conducta Adictiva de Internet), mientras que un 12,7% presenta un riesgo de CAI (13,9% CDI). España, Rumania y Polonia presentan una mayor prevalencia de CDI (Conducta Disfuncional de Internet), mientras que Alemania e Islandia presentan la menor prevalencia en el

estudio. Los chicos, los adolescentes más mayores y aquellos cuyos padres presentan un menor nivel educativo son más propensos a presentar CDI. El grupo de CDI posee un menor nivel de bienestar psicosocial

1.1.4. “Patrones de uso de Internet en estudiantes universitarios”.

Montserrat Sánchez Ortuño, Raquel Sánchez Ruiz y Agustín Romero Medina. Departamento de Psicología Básica y Metodología. Universidad de Murcia. España. 2002.

En este trabajo se lleva a cabo una encuesta con 113 estudiantes universitarios (de la Universidad de Murcia), 42 mujeres y 71 varones, de diversas titulaciones, con el fin de establecer los patrones de comportamiento en el uso de Internet. Se analizan diferencias según variables de uso de Internet (tipos de aplicaciones, antigüedad o experiencia, duración de la sesión, frecuencia), variables personales (edad, sexo, motivación o finalidad de uso) y criterios de posible adicción a Internet. Los principales resultados indican que hay un uso diferencial de aplicaciones de Internet según sexo, que el uso mayoritario es por ocio (72%), que hay alrededor de un 20% de sujetos que cumplen criterios de adicción (sin distinción de sexo) y que en estos casos, la aplicación que más usan es el IRC o chat. Se comparan estos resultados con población general

española de usuarios de Internet y se discuten sus repercusiones desde un punto de vista psicológico y educativo en el contexto universitario.

1.1.5. Trabajo de Cátedra “Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales en el estudio universitario de alumnos de antiguo y nuevo ingreso de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) sede San Salvador”. Rodolfo Alexander Castillo Ríos. Presentado en San Salvador. 2013

Este trabajo, señala que la aplicación de las nuevas tecnologías, así como el paso del alumno a convertirse en protagonista de su propia formación supone que se realicen los cambios suficientes para que dicho cambio no resulte traumático para ambas partes implicadas en el proceso. Ante la convergencia europea, docentes y discentes deben ser conscientes de los nuevos papeles que deben asumir en el proceso de aprendizaje.

En este contexto, existen diferentes recursos didácticos aptos para la introducción y adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes, etc. En este trabajo se muestra una reflexión sobre los recursos didácticos que favorecen el aprendizaje de nuevas competencias y una propuesta acerca de los nuevos roles que deben adoptar profesores y estudiantes ante las nuevas

tecnologías, haciendo énfasis en el proceso de obtención, tratamiento, síntesis y comunicación de la información, además del análisis de las circunstancias que rodean el uso de dichas tecnologías en las aulas. Hoy en día es imprescindible el conocimiento del uso de Internet para poder optar a un puesto de trabajo, independientemente de las tareas que se tengan que desempeñar. Esta idea debe contemplarse en la formación universitaria que reciben los estudiantes que se matriculan en cualquier título oficial con el fin de que estén bien preparados para su futura vida laboral.

1.1.6. “Problemas conductuales relacionados con el uso de Internet: Un estudio exploratorio”. Manuel de Gracia Blanco, Marc Vigo Anglada, M. José Fernández Pérez y María Marcó Arbonés. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia. Murcia. España. 2012.

Este trabajo precisa que el uso problemático de Internet se ha descrito en la literatura psicológica como ‘adicción a Internet’ o ‘uso patológico de Internet’. Este estudio pretende identificar los posibles efectos relacionados con el uso de la red. Se diseñó un cuestionario Web que se difundió a través de la propia red durante 4 semanas. La muestra final estuvo formada por 1664 internautas autoseleccionados de ambos sexos. El análisis de

conglomerados (cluster) de las respuestas al cuestionario identificó a un subgrupo de internautas (4,9% de la muestra) que manifestaban tener problemas frecuentes con el uso de la red, como sentimientos de culpa, deseo intenso de estar o continuar con la conexión a Internet, pérdida de control, pérdida de tiempo de trabajo o clase.

1.1.7. “Impacto del Uso de Internet en el Bienestar de los Hogares Peruanos Evidencia de un panel de hogares 2007 – 2009”.

Carlos A. De Los Ríos F. Instituto de Estudios Peruanos. Lima, 2010

El objetivo del presente documento es analizar el impacto del uso de internet sobre el bienestar de los hogares peruanos. Este documento pretende, a la luz de las particularidades del desarrollo de internet en el Perú, promover la discusión sobre los impactos que su uso ha tenido. En el Perú, el modelo de crecimiento de internet está basado principalmente en el uso de las cabinas públicas de internet, en lugar de ser consecuencia de la posesión de una computadora y posterior adquisición del servicio en los hogares. Para abordar la discusión sobre los impactos del uso de internet en el Perú, el autor ha construido un panel de hogares utilizando la ENAHO para los años 2007-2009, siguiendo la metodología sugerida por el INEI.

Encontramos que el uso de internet por al menos un miembro en el hogar, permitió un cambio más acelerado en el bienestar de los hogares. Igualmente, encontramos que dentro del grupo de los individuos empleados, el crecimiento de los ingresos laborales era más alto en aquellos que usaban internet; pero que a su vez, aquellos que adoptaron internet entre el 2007 y 2009, vieron sus ingresos crecer más aceleradamente que los que no adoptaron. Resultados similares encontró para los trabajadores dependientes e independientes. No obstante, encontró resultados significativos del uso de internet para la probabilidad de salir del desempleo.

1.1.8. “Adicción a la internet y agresividad en estudiantes de secundaria del Perú”. M. Matalinares, C. Arenas, G. Díaz, A. Dioses, I. Yarlequé, O. Raymundo, D. Baca, E. fernández, J. uceda, Y. Huari, N. Villavicencio, P. Vargas, M. Quispe, E. Sánchez, V. Leyva, A. Díaz, A. Campos, y J. Yaringaño. Revista IIPSI. Facultad de Psicología UNMSM. Lima. 2013.

El presente estudio tuvo como objetivo establecer la relación existente entre la agresividad y la adicción a la Internet, la muestra estuvo constituida por 2225 estudiantes de 3.ero a 5.to año de secundaria de 13 ciudades representativas de la costa, sierra y selva del Perú, con edades entre 13 y 19 años. El diseño

del estudio fue descriptivo correlacional y comparativo; y los instrumentos utilizados fueron el cuestionario de agresión, Buss y Perry (1992) y el test de adicción a la Internet, Young (1998), se tomaron ambas versiones adaptadas a la realidad nacional. Los resultados demuestran que existe una relación positiva entre agresividad y adicción a la Internet, así como entre todos los componentes de ambas variables, a nivel comparativo se apreció que los varones tienden a ser más agresivos física y verbalmente, y las mujeres presentan más ira y hostilidad, los factores de riesgo para desarrollar una adicción a la Internet serían el género masculino, vivir en la costa del Perú, por el fácil acceso t sin supervisión, tener entre 15 y 16 años y presentar una alta agresividad, estos factores pueden ayudar a adquirir, desarrollar y mantener una adicción al Internet.

1.1.9. “Una perspectiva sobre los riesgos y usos de internet en la adolescencia”. Antonio García Jiménez. Revista ICONO. España. 2011.

En este trabajo se presenta una investigación en desarrollo centrada en los usos que hacen de Internet los adolescentes, así

como los riesgos a los que potencialmente se enfrentan. Tras dibujar sucintamente el estado de la cuestión, se describe las claves de un proyecto que se está realizando a nivel nacional entre adolescentes entre 12 y 17 años y que parte, a su vez, de otro proyecto de investigación, del que se destacan los principales resultados. Se trata de una propuesta que se caracteriza por combinar la dimensión cuantitativa y cualitativa. Así, se aplica, por un lado, un estudio cuantitativo (gracias a una encuesta) que explora los modos de uso, y riesgos, de Internet entre los jóvenes y, por otro lado, un análisis cualitativo a partir de la realización de grupos de discusión. El objetivo último, con una perspectiva comprensiva, es detectar las creencias, actitudes, opiniones y motivaciones que están detrás de los comportamientos y hábitos desarrollados en torno a este objeto tecnológico. Interesa, en particular, la percepción que los adolescentes tienen acerca de los riesgos y oportunidades del uso de Internet.

1.1.10. Tesis: “Influencia de internet en los estudiantes de primer semestre de Carrera de Administración del ISTP Argentina”.

María Rosario Ramos Calero. Facultad de Educación
Universidad de Piura. Piura. 2010.

La autora sostiene que en la sociedad actual denominada “Sociedad de la Información o Era del Conocimiento”, la información constituye un pilar fundamental para su desarrollo. Es cada vez más evidente que la riqueza emana del conocimiento, un bien cada vez más amplio, libremente extendido, y a disposición de todos –principalmente- a través de las denominadas Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TICS) entre las cuales destaca Internet.

Agrega que en el campo educativo, también, Internet ha ingresado con gran rapidez e impacto. Sin embargo, no es solo el uso de la tecnología la que se necesita para mejorar la calidad de la educación sino de recursos humanos capacitados. Por tal razón, el sistema educativo peruano demanda de reflexiones acerca de las competencias de adaptación al uso de las nuevas tecnologías que deben poseer estudiantes y docentes especialmente en relación a Internet para de esta manera, aprovechar al máximo las bondades que este recurso puede ofrecer para el aprendizaje.

1.1.11. Tesis para optar el Grado de Magister: “El uso del internet y los niveles de depresión en los alumnos del I Ciclo de la Universidad de Huánuco 2012”. Christian Paolo Martel Carranza. Escuela de Post Grado. UDH. Huánuco. 2102.

Al relacionar el uso de la internet, con el nivel de depresión, se encontró una relación alta y positiva entre las dos características, cuando el uso de la internet se incrementa en horas de la semana se observó que los niveles de depresión de los alumnos aumenta, de una manera particular en las alumnas del sexo femenino.

Se evidencio que las alumnas del sexo femenino utilizan en mayor porcentaje la internet en especial las redes sociales y el uso promedio que utilizan la internet en horas de la semana es de 9 a 14 horas, de la misma forma las alumnas del sexo femenino poseen mayores niveles de depresión en relación a los alumnos del sexo masculino.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. La comunicación social

Aunque el ser humano es sociable y la comunicación es una de las pruebas y herramientas más importantes, existe un tipo de comunicación en la que se hace hincapié en su factor social. Es posible que en un primer momento parezca redundante, pero si lo pensamos nos damos cuenta del sentido que últimamente está tomando la palabra social: trabajo social, alquiler social,

economía social...La Comunicación Social se centra en la finalidad social, es decir, en beneficio de la sociedad.

Desde una perspectiva académica, se entiende la Comunicación Social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social. La Comunicación Social no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. La relación entre comunicación y cambio social es bidireccional, no se plantea de una manera reduccionista. Por eso se puede afirmar que la comunicación afecta a la sociedad como la sociedad a la comunicación.

Pero, ¿qué es cambio social? Hemos elegido estas palabras porque no están cargadas de significado moral. El cambio social puede ser hacia la opresión de los individuos o hacia la autonomía de estos. La moral aparece cuando se decide en qué dirección de cambio social se quiere trabajar. El compromiso con una de estas dos direcciones implicará, por tanto, no sólo una elección epistemológica, sino también de modo de vida.

En Inventaria apostamos por el valor de la comunicación para generar un cambio social. De ahí que nuestro objetivo sea mejorar la comunicación de las organizaciones con fines sociales.

La comunicación social es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, seguidos del periodismo y la filosofía.

Aparte de su popularización, llegó a ser el término preferido de los documentos de la Iglesia católica cuando esta se refiere a los medios de comunicación social o a los medios masivos. Esto tiene la ventaja de una connotación mayor en donde toda comunicación es social, pero no toda la comunicación es “masiva”. En efecto, aunque ambos términos son utilizados de manera sinónima, el término *comunicación social* fue utilizado por primera vez en los documentos del Concilio Vaticano II y especialmente en el Decreto Inter Mirifica, sobre los medios de comunicación social (1963), proclamado por el Papa Pablo VI.

1.2.2. Los medios de comunicación social

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

Todos los días, los individuos y las comunidades acceden a material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global. Para comienzos del siglo XXI, y en casi todas sociedades que habitan el mundo, los periódicos, estaciones radiales y páginas web son ejemplos de la compleja naturaleza de los medios de comunicación.

En nuestras sociedades, estos canales son esenciales para el establecimiento y desarrollo de todo proceso de interacción humana. Los medios de comunicación son la materialización física de la necesidad de relacionarse entre sí que tienen todos los humanos. Mediante ellos se describen situaciones y

problemas propios de nuestra realidad y, en la mayor parte de las oportunidades, se plantean análisis que contribuyen a su discusión. Los medios de comunicación permiten establecer procesos de intercambio de conocimientos y debates de carácter social.

A comienzos del siglo XXI, los medios de comunicación también constituyen una gran red de plataformas tecnológicas que excede los límites nacionales. Actualmente existen redes globales, nacionales, regionales y comunitarias, constituidas por periódicos, revistas, emisoras radiales, canales de televisión y páginas web. Cada una de estas plataformas define la materialidad de la información que se transmite. Por ejemplo, los periódicos publican diariamente artículos, columnas de opinión, infografías y fotografías; las emisoras, en sus programas, cubren de manera exhaustiva los acontecimientos que están pasando en cualquier lugar y a cualquier hora; los canales de televisión, con sus noticieros, sus programas de discusión, sus telenovelas y sus partidos de fútbol, parecen traer la realidad a la casa de los televidentes.

A pesar de que en estos tiempos nuestra relación con los medios de comunicación sea un asunto cotidiano y casi natural, pues a diario vemos, escuchamos, leemos y estamos en contacto con

diversas plataformas informativas, es importante tener en cuenta que no existe una definición que englobe todo su significado. De acuerdo al contexto de discusión, los medios de comunicación adquieren objetivos, beneficios y usos diferentes.

Para algunos sectores de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Por ejemplo, una página web es útil para publicar un contenido que necesite divulgación inmediata entre varios sectores de nuestra comunidad. Sin embargo, para otros sectores de la sociedad, estos mismos medios de comunicación son entendidos como una herramienta política o como un vehículo de manipulación social. En nuestros tiempos, el exceso de información que recibimos a diario le ha dado un nuevo valor a la capacidad y la eficiencia para transmitir un mensaje de manera masiva. Diferentes sectores de la sociedad son conscientes de este valor y por eso utilizan los medios de comunicación para hacerse escuchar o para imponer su visión de los problemas. Así también, hay sectores de la sociedad que se acercan a los medios de comunicación en busca del reflejo de un momento específico, es decir, que los utilizan como un documento histórico o como un dispositivo en el que se manifiesta lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto histórico determinados.

Todas las definiciones anteriormente mencionadas hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen en el mundo del siglo XXI. Lo cierto es que, hoy en día, los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial que ha permitido que se los catalogue como el "cuarto poder".

1.2.3. La internet

Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1959, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como Arpanet, entre tres universidades en California, en Utah y en Estados Unidos. El género de la palabra Internet es ambiguo según el Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española¹

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la World Wide Web (WWW o la Web), hasta tal punto que es

¹ Fundeú: internet [Fundeú](#), consultado el 7 de junio de 2011.

habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Esta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión².

Existen, por tanto, muchos otros servicios y protocolos en Internet, aparte de la Web: el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P) las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea y presencia, la transmisión de contenido y comunicación multimedia –telefonía (VoIP), televisión (IPTV)–, los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otros dispositivos (SSH y Telnet) o los juegos en línea³.

1.2.4. La internet y sus redes sociales.-

¿En dónde ubicar el fenómeno de las llamadas redes sociales en Internet? En principio en el espacio conceptual de las redes sociales en general. Y en un segundo lugar en el espacio social donde se ubican las redes sociales en particular. Ninguno de los dos movimientos es sencillo. La teoría tiene su propia genealogía y en ocasiones puede no reconocer con facilidad a

² "internet, n.", *Oxford English Dictionary* (Draft edición), Marzo de 2009, consultado el 26 de octubre de 2010,

³ "internet or Internet", Word Reference Forum, 6 de octubre de 2005.

fenómenos emergentes. Así que lo que necesitamos es primero describir con claridad lo que queremos entender, organizar en forma lógica su apariencia y configuración, y en forma tal vez simultánea ensayar otro orden, el de los conceptos que parecen nombrar aquello que estamos describiendo. De esta doble tarea debe surgir alguna claridad hacia delante. El resultado puede ser que el marco conceptual previo no sea del todo útil tal y como existe antes de enriquecerse con el nuevo fenómeno, o que aparezcan nuevos sentidos en el encuentro entre los viejos conceptos y los nuevos fenómenos. El peor escenario es que no se avance en absoluto.

Primero entonces una breve descripción. Cuando en el mundo de los discursos comunes sobre Internet se habla de redes sociales, se nombra lo que comercialmente se ha propuesto para su difusión. La imagen primaria es la de una plataforma electrónica que conecta, un software que permite que muchos individuos visualicen información sobre ellos mismos en una pantalla de computadora, se interpelen, y en ciertos momentos interactúen. A esto se le llama oferta y demanda de redes sociales.

En el primer momento una empresa diseña el software y lo oferta al navegador común en Internet con la promesa de que puede

conocer gente, lo cual significa en principio que puede ir revisando archivos con la información de otros solo por curiosidad, o buscando algo que le interese, en una figura de exploración de una oferta desde una demanda de mercado. Por otra parte ese mismo buscador, pone en línea una ficha de su propio perfil, para que otros lo encuentren y lo interpielen, la parte en que uno mismo se ofrece como mercancía. A partir de aquí, se presenta la posibilidad de una tipología de individuos en la red social, unos más expertos que otros, unos más necesitados que otros, unos más perversos que otros.

Se parece mucho esta red social a la calle, al mundo público, pero con una gran diferencia, con un clic del ratón de la computadora el otro desaparece de inmediato. Aunque existe la forma general de muchos en relación posible con muchos, lo que hay que enfatizar aquí es la cualidad de la posibilidad. La red social en Internet es sólo la configuración de muchas opciones de contacto individual, no la configuración de relaciones grupales, por lo menos no en principio ni en forma prioritaria. Sólo existe una forma de pertenencia a algo en el catálogo de fichas personales en un servidor. El centro del fenómeno es individual, la satisfacción de poder encontrar a alguien al gusto individual. Lo que indica una figura de red social muy pobre o

casi inexistente en un sentido sociológico o psicológico social más estricto.

Y aquí puede iniciar el apunte sobre el espacio conceptual con el cual podemos observar y percibir mejor estas redes sociales tan peculiares. Las opciones más evidentes son las que provienen de la Micro Sociología o la Psicología Social, el mundo de las terapias y la perspectiva sistémica, las teorías de grupos, la Sociología de las relaciones sociales, la Psicología Social de la interacción, el espacio conceptual en general de las relaciones interpersonales, de la comunicación cara a cara. Para todas estas propuestas la figura de un software en el ciberespacio es ajena. Y ese es el primer asunto por ajustar. ¿Es la relación interpersonal en el ciberespacio similar a la que hemos tenido fuera de el en las últimas décadas en la ecología social de todas estas propuestas, las ciudades contemporáneas en procesos de globalización? Todo un tema. El estudio de las relaciones interpersonales tiene diversas ubicaciones geográficas y antropológicas, pero su nicho básico han sido ciudades conectadas con un mundo ya globalizado o en proceso de globalización. En ello los medios de difusión masiva tienen un papel central. Este tema aparece como central o complementario según se le perciba. De una sociedad pre

mediática, pasando por una sociedad mediática, hasta la emergencia de la sociedad postmediática.

El proyecto hacia una Comunicología Posible tiene una tipología social que puede ayudar a una primera ubicación del asunto de las redes sociales en Internet desde una perspectiva comunicológica social. La propuesta tipológica presenta cuatro tipos generales, la Comunidad de Información, la Sociedad de Información, la Sociedad de comunicación y la Comunidad de comunicación. La tipología se construye en formas generales que apuntan en dos sentidos. Por una parte en una línea en el tiempo, donde una forma antecede a la otra, y por otra parte en una forma analítica en donde las cuatro formas pueden ser contemporáneas en diversos grados e intensidades.

En la Comunidad de Información la figura de la comunidad está al centro en su forma más tradicional, cerrada, rígida, altamente normativa, homogénea. Un sistema de información ordena, controla y guía a la comunidad de sentido y acción. Las redes sociales tienen una forma donde todos los miembros de la comunidad saben, conocen y actúan en forma previsible y pertinente. Las interacciones refuerzan la presencia prescriptiva del sistema de información. Las redes sociales son una expresión de ese mismo sistema de información y al mismo

tiempo su garante y vigilante. Nadie se sale de norma, todos son la norma que los construye.

En la Sociedad de Información las redes aparecen en una forma también muy cercana y conocida, es la forma de las redes en la modernidad. Los sistemas de información y sus respectivas ecologías sociales se multiplican, pero no en forma aislada como en la forma Comunidad de Información, aquí los sistemas de información diversos están en contacto unos con otros, pero uno es hegemónico, dominante. Las redes sociales sobreviven en forma comunitaria, pero no aisladas, ahora están en contacto mediante un sistema de información común, el hegemónico.

En la Sociedad de Comunicación los sistemas de información son diversos, pero no hay uno hegemónico, la estructura general del sistema social tiende a la horizontalidad. Los distintos sistemas de información se interconectan en diversos sistemas de comunicación según las situaciones y contextos los agrupan en pares, tríos o más participantes. Las redes sociales continúan dentro de las formas comunidades como en la figura más simple y cerrada, pero el proceso es hacia la diversidad dentro de los propios conjunto antes comunitarios. Los miembros de un conjunto más homogéneo como una familia, también son diversos entre sí, y tienen contacto con diversos sistemas de

información que hacen aún más complejos a los sistemas de comunicación y sus relaciones. Las redes sociales son de individuos, de grupos, de diversos sistemas de información en contacto y relación. Hay varios sistemas de información más generales, ya no es sólo uno como en la Sociedad de Información.

La forma de la Comunidad de Comunicación es el extremo de la convivencia de los diversos. Todos son diversos de todos, no hay comunidades en el sentido primario y tradicional. La nueva forma comunitaria es de comunicación no de información. Todos tienden a sentirse parte de algo, pero ese algo es la diversidad completa en una figura de unicidad peculiar. Los sistemas de información ya no tienen la hegemonía en casi ningún sentido, todo es sistema de comunicación, formas de conexión y relación entre los múltiples diversos. La gran novedad es la necesidad de conectarse y relacionarse a pesar de las diferencias, y en cierto sentido ese el motivo de la búsqueda de los otros. Las redes sociales son en una imagen extrema individuos y grupos diversos relacionándose entre sí en forma diversa.

Las redes sociales en Internet se parecen a la última figura de la Comunidad de Comunicación, pero con grandes ingredientes de las otras tres. Digamos que la tendencia de las redes sociales

en Internet es la forma de una gran Comunidad de Comunicación, pero sólo tendencia, lo que en realidad ha sucedido es el contacto de una figura de multi-interactividad con lo diversos y los distintos, como es la Internet, con una cultura social aún perteneciente a las otras formas tipológicas. Todo esto es el panorama de exploración que tenemos ante nosotros.

1.2.5. La Internet, la cibernsiedad y el hipermundo. Comunicología del ciberespacio. El mundo, el ciber mundo y el hipermundo.

El ciber mundo está aún en emergencia, y sigue siendo motivo de asombro. Es importante aclarar que no sabemos todavía qué es, que significa, aunque tenemos hipótesis, visiones, juicios, observaciones. De nuevo la figura de las cartografías y las visiones sintéticas y analíticas de sentido. Por una parte hemos avanzado en descripciones parciales de su emergencia y desarrollo, aunque no existe un mapa general consensuado y público del que partir para continuar. Y por otra parte existe una masa de juicios de todo tipo sobre su naturaleza y perfil en el contexto de la evolución humana, en particular lo que puede ser un capítulo definitivo en el proceso civilizatorio. Ni cuadros descriptivos completos, ni organización sintética de argumentos y juicios teóricos. No es fácil entonces la tarea de ubicación

ordenada en datos empíricos o juicios teóricos del asunto de las llamadas redes sociales en Internet.

Por otra parte el ciber mundo avanza en su construcción desde su propia lógica de evolución, ese movimiento que estadísticamente crece a cada momento en demografía y en importancia económica, política y cultural. Los habitantes del ciber mundo saben en lo individual parte de lo que sucede y de lo que les conviene saber, ignoran casi todo lo demás, y en general ignoran casi todo. Los empresarios del ciber mundo tienen control y prospectiva sobre muchos de los aspectos del desarrollo del ciber espacio, pero ignoran mucho de lo que pasa en particular con sus ciudadanos virtuales. En general no hay quien sepa que está pasando, qué implica, cuál es su verdadero significado en un curso macro de acontecimientos cosmológicos, paleontológicos, antropológicos, e incluso sociológicos y psicológico-sociales. Este juego de ignorancias y de acciones constructivas, en un curso de acontecimientos que van a una velocidad de vértigo, parece no tener un punto de equilibrio próximo, aunque también supone la exigencia de buscarlo, o por lo menos aspirar a encontrarlo.

En un programa que pretendería cierto orden en las preguntas que lo constituyen, los parámetros generales iniciales para una

indagación sobre las redes sociales en el ciberespacio en el contexto presentado en los párrafos anteriores podrían ser los siguientes:

- A.** Quiénes son los actores del ciberespacio, los habitantes, los protagonistas cotidianos, desde un punto de vista demográfico y geográfico, sobre una trayectoria de movimiento histórico. ¿Quiénes, dónde, desde cuándo?

- B.** Del mundo social previo qué partes son las que se han incorporado con mayor velocidad, y cuáles son las partes que tienen menor velocidad en el proceso, hasta llegar a las prácticamente excluidas o autoexcluidas del proceso. Sobre el primer punto la diferenciación de lo propio y lo ajeno al fenómeno de construcción del ciberespacio, en oposición e interacción con el mundo previo sin Internet. El proceso de difusión e innovación.

- C.** Cuáles son los comportamientos y perfiles nuevos, y cuáles son los adaptados, cuáles son los que están en desuso, en la comparación antes y después, desde un protocolo etnográfico de descripción social.

- D.** Cuáles son las figuras nuevas en un sentido civilizatorio, evolutivo, histórico, de régimen, de etapa de la vida social,

que se están construyendo en el ciberespacio. Lo que supone una visión histórica de largo plazo, con una apuesta prospectiva, una hipótesis cosmológica-epistemológica-constructiva, sociogenética.

- E.** En particular cuáles son los cambios en cualquier sentido que trae el ciberespacio a las relaciones sociales, en particular a la forma de las redes sociales en una perspectiva sociológica y psicológico-social.

Y por tanto, en una primera aproximación las hipótesis podrían ser como sigue:

- A.** Los habitantes del ciberespacio son de diversos tipos, pero se puede adelantar que existen colonos de primera generación, de segunda generación, y así sucesivamente. Por ejemplo se habla de los sectores académicos y alternativos en primer lugar, después el sector comercial y empresarial privado, y ahora casi todos los demás. Por otra parte hay temperamentos y áreas de actividad que son más propensas a colonizar el ciberespacio que otras. Por ejemplo sectores más tradicionalistas del mundo académico como las humanidades, tardaron más en entrar, y los sectores tecnológicos entraron primero. Y por último, hay sectores

sociales más cercanos por contemporaneidad, como los jóvenes. Este punto es clave para las llamadas redes sociales. Desde otro punto de vista, los sectores ricos tienen más acceso, y los sectores del primer mundo tuvieron el acceso primario. Es posible pensar que las capitales tienen más participación, hay una construcción fractal de ocupación del ciberespacio en lo que corresponde al poder económico, político y cultural.

B. Aquí es sugerente la diversificación conceptual entre mundo, ciber mundo e hiper mundo. El ciber mundo es de los colonos del ciberespacio, el mundo es de los no colonos, y el hiper mundo es lo que los pone en contacto. Aunque el mundo se mantenga ajeno al ciber mundo, el hiper mundo ha ido creciendo, y es posible afirmar que el impacto del ciber mundo en el hiper mundo es prácticamente universal. Otra cosa es la interacción. Si la dominación del ciber mundo va en aumento, la interacción con el mundo no es tanta. Es por tanto posible la hipótesis que marca al ciberespacio como un espacio de alta interactividad como una visión parcial, su interactividad si existe, es sólo dentro de su espacio, no existe con el mundo más que forma restringida. Hacia fuera el ciber mundo es difusión, dominación, no interacción y colaboración. Si no entras en el ciberespacio, quedas excluido y bajo su dominio.

Una paradoja interesante que marca al ciber mundo como una figura de dominación más que de interacción. Esto tiene repercusión al observar analíticamente las redes

- C.** En principio las redes del conectado y el no conectado son claves en este punto. El conectado goza de posibilidades que el no conectado no goza. En este sentido, las prácticas y comportamientos que el otro no tiene. Por otra parte el ciberespacio aparece con una conectividad que indica elementos de una sociedad de comunicación o una comunidad de comunicación, pero en realidad forma parte de una configuración de la sociedad de información dominación. El control sobre el ciberespacio va en aumento, lo que parecía un tránsito hacia las formas de comunicación-colaboración, lo que ha sido solo en apariencia, la sociedad de información dominante ha colonizado el espacio que parecía configurado con una lógica que sugería modificar u oponerse a su estructura. Y, por otra parte hay algo en la figura horizontal conectiva del ciberespacio que sigue manteniendo esa opción estructurante novedosa. Las redes sociales se mueven en esta doble configuración. Es posible que su subordinación sea más hacia la sociedad de información-dominación que hacia la sociedad de comunicación o la comunidad de comunicación. Los protagonistas mayoritarios de las redes sociales son

individuos egoístas, consumistas hedonistas que no tienen interés en configurar comunidades de colaboración. Pero también hay sectores del ciberespacio que si se mueven en la figura emergente posibilitada y potenciada por la plataforma interactiva del ciberespacio.

D. En las figuras novedosas no son tanto, pero si su metabolismo. Por una parte, la difusión-dominación encuentra en el ciberespacio un potencial impresionante. Basta con recordar lo que en un sentido comercial han conseguido yahoo y google en un sentido el uso de las redes sociales y la candidatura del hoy presidente Obama. Y en el sentido de la interacción-colaboración es ejemplar lo acontecido con Wikipedia, lo que ha llevado a hablar de la Wikinómia. Ambas figuras de comunicación en un sentido y en otro han probado su potencial más allá de todo lo conocido. El ciberespacio parece promover sobre todo a gran velocidad. Y ahí necesitaremos una visión donde el tiempo y el movimiento tengan una configuración distinta a lo que ha sido el ritmo de cambio y metabolismo de construcción social históricos.

E. Las redes sociales en el ciberespacio tienen parte de las normas de configuración social que vienen de fuera des

ciberespacio, esa sería la figura primaria básica. Pero el ciberespacio permite situaciones que el mundo no posibilita en forma tan similar. Por ejemplo la conectividad con diversos actores sociales nuevos al alcance de un clic, o la posibilidad de desaparecer y hacer desaparecer a los demás a la velocidad de un clic. La primera figura nos nombra la presión hacia la cibervida desde la vida social común. La segunda figura nos habla de patrones de interacción social de la cibervida social que irán modificando a la vida fuera del ciberespacio. En este sentido el tema del hipermundo parece central. Las redes sociales tienen ese doble aspecto, de convención pre ciberespacial, y de novedad ciberespacial. Otros aspectos ligados a las múltiples formas de la sociabilidad deben ser observados y calificados con cuidado.

El Hipermundo parece ser la clave para el programa apuntado. ¿Cómo se ha afectado al ciberespacio el mundo? ¿Cómo ha afectado al mundo el ciberespacio? Esta mutua afectación es lo que configura el verdadero nuevo espacio social por observar, registrar y entender, el hiperespacio, la relación entre el espacio social fuera de la Internet y el espacio social emergente construido a partir de la Internet y las plataformas tecnológicas de la información y la interacción. Las redes sociales se mueven en dos campos de conocimiento en este sentido. Por una parte

el fenómeno hasta ahora nombrado como redes sociales desde un punto de vista comercial de la oferta en Internet, y por otra parte una visión del hiper mundo desde la construcción de una nueva perspectiva de percepción, análisis y acción, de las relaciones sociales en construcción, las redes sociales desde un punto de vista teórico científico y desde una punto de vista de intervención técnica.

1.2.6. Impacto de la internet en los procesos comunicacionales.-

Desde la llegada del internet han sido pocos los campos del hombre que no se han visto afectados por este, el proceso comunicacional no ha sido la excepción, por esto hay que abordar el internet como un nuevo medio de comunicación y de impacto en los procesos de comunicación. El proceso de comunicación no es fácil de explicar, ello debido a que para su estudio es necesario detenerlo en el tiempo y fragmentarlo (Berlo, 2000). Luego de haber estudiado los modelos de comunicación, dicho proceso de comunicación, resulta menos complicado de entender, más no fácil, pues aun continuamos en plena evolución de los procesos de comunicación, con el auge

de la tecnología, llegó el internet, para afectar también, la comunicación como la conocíamos, afectando también, la forma de pensar, el lenguaje e incluso la cultura de los individuos. Como la mayoría de las cosas en la vida, tiene puntos muy beneficiosos y otros no tanto, sin embargo ya sea para bien o para mal, nadie se mantiene al margen, sino que muy por el contrario se ven los efectos cada día más, desde copiar una frase cliché de un videoblog, hasta sostener una conversación, donde la distancia ya no es un problema pues incluso verse las caras es posible (El intercambio a través de Internet ha posibilitado "el fin de la geografía"⁴ bien sostiene Castells: En tanto que este medio genera y/o transmite un cúmulo importante de la información que circula en el mundo, se debe considerar entonces que posibilita tener una estructura en la que se superponen diferentes estratos, entre los que destaca la cultura tecnomeritocrática (Castells, 2001) tratando de decirnos que son más las ventajas que las desventajas, pues resulta imposible que no las tenga entre tanta información de libre acceso, también haciendo énfasis y aplicando más, esto sobre todo al aprendizaje, que es un campo que se ha visto muy afectado, el intercambio de ideas y enriquecimiento, personal e intelectual que se puede obtener es simplemente invaluable. Otro autor que no abre más, el entendimiento acerca del poder del internet

⁴ Castells, 2001, p. 235

es Marshall McLuhan, a través de su planteamiento “El medio es el mensaje” El medio tiene el poder de manejar la información a su conveniencia y también tiene la facultad de modelar la opinión de la audiencia masiva. McLuhan visiono un medio donde todo iba a converger en un mismo punto, una especie de “feria mundial” donde se maneja la información a la velocidad de la luz y sin restricción alguna. Con esta nueva tecnología se rompe definitivamente el patrón aislado y limitativo; todas las personas tienen acceso a la información actualizada y a la comunicación masiva en tiempo real, el proceso de comunicación acaba de emprender una vez más un camino de evolución a partir de la llegada del internet, un paso más en la búsqueda de la globalización que más adelante veremos. Puedo inferir, ya dicho esto que el internet, ha impactado profundamente las raíces de la comunicación, puesto que en la actualidad es un medio de comunicación más, un proceso más de comunicación, cambiando una vez más y añadiendo eventos a la línea histórica y evolutiva del proceso de comunicación, así como se hace imposible hablar del proceso de comunicación, sin hablar de los medios masivos, será imposible hablar del proceso, sin mencionar el internet. De la mano del internet la propagación de mensajes-informativos (también conocidos como una forma comunicación) ha llegado a un nuevo nivel y a rincones donde antes era muy difícil poder penetrar, por su fácil acceso, y porque

capta otro tipo de público, tanto por su tipo de cultura como por su edad, de hecho es usual ver, como medios televisivos e impresos, frecuentemente tienen una página de internet, también lo vemos en la publicidad, pues es un campo donde todos los estratos se conglomeran y no sería factible darse el lujo de perder la batalla en este campo, pues cada día son más las personas, que están en línea, la diferencia entre estar en la red y no estar es muy grande, incluso en los últimos años, podemos aplicarlo al campo de la política, como los candidatos políticos han ido posicionándose en las redes sociales, pues el impacto que el internet está teniendo en esta era tecnológica, a la hora de comunicarnos, publicidad mensajes subliminales, mensajes comerciales, mensajes de aprendizaje o de cualquier índole es un impacto gigantesco. Como veremos en la imagen a continuación, observamos desde granjeros, a personas con corbatas, o con batas de doctor, más allá de que aparezcan juntas en un espacio físico, es notorio ver que tal como el concepto o el ensayo de McLuhan forman una especie de aldea, donde las distancias no existen y todos están en contacto, a través del internet.

1.2.7. Tecnología y ejercicio profesional.

Son pocos los casos por no decir ninguno, en los que una profesión y/o un profesional pueden mantenerse al margen del desarrollo tecnológico de esta hora, la comunicación social no es la excepción. Con la introducción del internet, inicio una era donde como dice un refrán, todos los caminos conducen a roma, en este caso todos los caminos conducen hacia la globalización y unificación de todos los procesos a través de la tecnología, y el medio de transporte que nos llevara hacia allá, las telecomunicaciones, más específicamente el internet, daremos un paseo, por algunos de los puntos más importantes, que todo comunicador debe tener en cuenta a cerca de hacia dónde apunta este aceleramiento tecnológico en el ámbito comunicacional, ¿Dónde converge todo? ¿Cuál es su fin? ¿Acaso son todos beneficiosos, para el desarrollo de la profesión y para el usuario o el consumidor? Actualmente son muchos los conceptos que han tenido que añadirse, a la RAE debido a lo común que se ha hecho su uso, y al estar relacionados con el internet, que no es de mucha antigüedad son términos nuevos, ejemplo de ello sería la palabra, mas aplicado a nuestra profesión vemos el caso de términos como cibepperiodismo, periodismo ciudadano , periodismo comunitario, todos ellos apoyándose en su mayoría en las redes sociales para

ejercer su derecho a la libertad de expresión, y difundir su opinión, pero mas allá de eso igualmente ampliando nuestro campo tanto para competir como para aprender a desarrollar nuevas estrategias, ellos son las nuevas tecnologías, aplicadas al ejercicio profesional del periodismo. Es necesario enfatizar que estas han tenido su origen en las tecnologías de la información y la comunicación, que es uno de los temas que se tocara a continuación, entre otros como las redes, telefónicas, aplicaciones de los ordenadores, la multimedialidad y su proceso de innovación convergiendo en el campo periodístico y apuntando siempre hacia la globalización a través de la ubicuidad tecnológica estando presente en todos lados sin importar el lugar donde nos encontremos, todas hechas mantienen una estrecha relación, de hecho es posible atreverse a decir a que sin una la otra no existiría, sin ánimos de menospreciar a ninguna.

1.2.8. Convergencia tecnológica

Podemos definir la convergencia tecnológica como un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de

herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una. Es común ver como en este siglo los diarios se están convirtiendo en un centro de convergencias de medios, en esta era digital, operando con contenido multifacéticos, más propios de una compañía multimedia o de marketing que de un medio impreso o digital, de hecho, en muchas compañías periodísticas multimedia los periodistas de la edición impresa también trabajan para la televisión o la radio y viceversa, los fotógrafos se trasladan con cámaras de fotos y de vídeo para captar imágenes de los acontecimientos para varios espacios y, en la sala de redacción, los diferentes medios de una misma marca comparten el mismo espacio e incluso emplean los mismos contenidos, adaptándolos a cada espacio. En el futuro, la marca periodística trascenderá al soporte impreso para ser distribuida por múltiples.

1.2.9. Tecnologías de la Información y la Comunicación

Según la Asociación Americana de las Tecnologías de la Información: ITAA es "el estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información

por medio de sistemas informáticos, esto incluye todos los sistemas informáticos no solamente la computadora, este es solo un medio más, el más versátil, pero no el único; también los teléfonos celulares, la televisión, la radio, los periódicos digitales, etc." Más concretamente pudiéramos decir que agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática internet y telecomunicaciones, suelen identificarse con las siglas TIC que hacen referencia a la utilización de medios informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información o procesos de formación educativa.

Entonces podemos inferir que las tecnologías de información y comunicación son aquellas que se usan en beneficio de mejorar el proceso de comunicación y almacenamiento, gestión, protección y difusión de datos necesarios para cualquier actividad humana mediante el uso de ordenadores y software de última generación. Son medios de gran utilidad para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua, esto incluye, banda ancha, telefonía fija, telefonía móvil, redes de televisión, redes en el hogar, los terminales, ordenador personal, y un sin número de aplicaciones. Es imposible imaginarse un futuro sin el alto grado tecnológico que se ha alcanzado, puesto que se ha inmiscuido para bien en todas las labores, en muchos casos

desarrollándolas ya en formas automatizadas o semi-automatizadas gracias al uso de las aplicaciones. El poder que estos han obtenido no podría cuantificarse, en esta era tecnológica, objetos tan habituales como la televisión, el móvil y los ordenadores, además de otros ya mencionados intentando llevar a su terreno a los oyentes, telespectadores o usuarios de estos medios. A través de mensajes de texto, correos electrónicos, blogs, y otros espacios dentro de internet, las personas se dejan influir sin apenas ser conscientes de ello, afirmando que creen esa versión porque «lo han dicho los medios» o «viene en internet». Dependiendo de la edad, status social, nivel de educación y estudios, así como de vida, trabajo y costumbres, las TIC tienen un mayor impacto o menos, se da más un tipo de opinión u otra y diferentes formas de cambiarla. Las nuevas tecnologías, más allá de democratizar su uso, la divulgación de la cultura, y ofrecer información para que los habitantes del planeta estén informados, tienen la capacidad de adormecer y movilizar grupos sociales por medio de esta comunicación de masas en las que se concretan las diferentes corrientes de opinión a través de personajes mediáticos y bien visibles.

1.3. Definición de términos

Buscadores (motores de búsqueda):

Herramienta de software utilizada para la localización de páginas disponibles en Internet. Constituye un índice generado de manera automática que se consulta desde la propia Red. Las empresas que mantienen estos instrumentos de navegación se financian mediante la publicidad que insertan en sus páginas de acceso. Otros autores lo definen como el conjunto de programas coordinados que se encargan de visitar cada uno de los sitios que integran la red, empleando los propios hipervínculos contenidos en las páginas web para buscar y leer otros sitios, crear un enorme índice de todas las páginas leídas (catálogo), para presentar direcciones de Internet. Escribiendo una palabra clave en la caja de búsqueda se encuentran hipervínculos hacia páginas que contienen dicha palabra clave, aunque a veces el contenido de la página no representa los datos que se desean encontrar.

Cibercultura:

Cultura nacida de la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en medios de comunicación como Internet. Cultura de polaridades, de opuestos, de ventajas y

desventajas, de libertad absoluta, anonimato, cibercrimes; constituida por ciberciudadanos con derechos y obligaciones.

Ciberespacio:

Nuevo medio de comunicación que surge de la interconexión mundial de los sistemas de datos. Incluye la infraestructura material de la información digital y el universo de informaciones que contiene.

La comunicación:

Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de conocimiento de la entidad receptora.

La entidad emisora se considera única, aunque simultáneamente pueden existir diversas entidades emisoras transmitiendo la misma información o mensaje. Por otra parte puede haber más de una entidad receptora. En el proceso de comunicación unilateral la entidad emisora no altera su estado de conocimiento, a diferencia del de las entidades receptoras.

La comunicación social:

Es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, seguidos del periodismo y la filosofía.

Comunidad virtual:

En términos de Howard Rheingold, comunidad virtual es "una agregación social que emerge de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio".

Convergencia digital:

Es la integración de la computación con las telecomunicaciones. Permite el manejo simultáneo de voz, textos, datos, imágenes por medio de medios electrónicos; que partiendo de diferentes tecnologías, convergen en un mismo canal.

Correo electrónico:

Es una herramienta telemática es decir, aquella herramienta basada en un conjunto de técnicas y servicios que combinan las telecomunicaciones y la informática y que se constituye en el correo del Tercer Milenio. Correo sin barreras de tiempo y espacio, que viaja en fracciones de segundos, con textos, sonidos e imágenes. Se puede enviar el mensaje de correo electrónico a uno o varios remitentes al mismo tiempo, con dirección visible o encriptada, con listas de distribución públicas o privadas.

Cuenta:

Conjunto de información que permite el acceso a una red social a través de la identificación de usuario. La cuenta se crea con un nombre de usuario y contraseña, en algunos casos, a través de una cuenta de correo electrónico.

Cultura

Cultura, que proviene del latín *cultus*, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su

definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del Iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso.

En general, la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

Otra definición establece que la cultura es el conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo. Para la UNESCO, la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones.

Directorio:

Lugar en la red en donde se encuentra la información de modo jerárquico, más restringida y conforme a diversas opciones.

Estado:

Información de la situación, circunstancia o disposición del usuario de una red social. Esta información puede ser compartida por el propio

usuario, o por la plataforma de comunicación de manera automática, indicando su disponibilidad o actividad en ese momento.

Exclusión social:

Se refiere a la población que no puede acceder a determinados servicios, como por ejemplo el empleo, la educación superior, la vivienda propia, el empleo y otros.

Extranet:

Red de telecomunicaciones mundial que agrupa redes internacionales, nacionales, regionales y locales. Su funcionamiento se basa en un sistema uniforme para asignar direcciones y en la utilización de protocolos de comunicación comunes que en el caso de la extranet, se hace extensiva a los clientes, proveedores y colaboradores de una organización.

Globalización:

La globalización es un proceso de interacción e integración entre la gente, las empresas y los gobiernos de diferentes naciones. Es un proceso en función del comercio y la inversión en el ámbito

internacional, el cual cuenta con el respaldo de las tecnologías de información. Este proceso produce efectos en el medio ambiente, la cultura, los sistemas políticos, el desarrollo y la prosperidad económica, al igual que en el bienestar físico de los seres humanos que conforman las sociedades de todo el mundo.

HTML (HyperText Markup Language ó lenguaje de marcación de hipertextos):

Lenguaje empleado para la realización de documentos de hipertexto e hipermedia. Es el lenguaje empleado para generar páginas en Internet con textos, gráficos y enlaces (links)

Hotspots:

Puntos de acceso abierto a Internet, que generalmente emplean tecnología WI-FI.

HTTP (Hyper Text Transfer Protocol ó Protocolo de transferencia de hipertexto):

Es el protocolo de transferencia de hipertexto; el sistema mediante el cual se envía las peticiones de acceder a una página de Internet y la

respuesta de esa web, brindando la información que se verá en pantalla de la computadora.

Multimedia:

Integración en un mismo soporte digital de diferentes “medios” o tipos de información: texto, imágenes, vídeo, sonido.

Muro:

Espacio del usuario de una red social que comparte con el resto de sus contactos, donde estos pueden publicar sus comentarios u opiniones.

Notebook (laptop o computadora portátil):

Ordenador portátil de un tamaño aproximado de 21cm x 29 cm y un peso de 1 a 3 kg, que resulta de fácil transportación. Tiene gran capacidad de memoria para almacenar datos y dispone de una batería, lo que le permite trabajar sin estar conectada a la red de electricidad.

Página Web (en inglés Web page):

Archivo disponible en la World Wide Web o que tiene el formato necesario para aparecer en ella. Visualmente se muestra en la pantalla del ordenador como si fuera una página.

Perfil:

Datos personales y rasgos propios que caracterizan a un usuario dentro de una red social, como su nombre, fotografía, lugar de residencia o preferencias. El perfil representa su identidad virtual.

Población:

Es un grupo de individuos de la misma especie que ocupa un área dada, al mismo tiempo donde una población vive en su hábitat: Las poblaciones de todas las especies que ocupan un lugar constituye lo que se llama comunidad o comunidad biológica.

Post:

Entrada, mensaje o publicación en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido.

Psicología:

Ciencia que estudia los procesos mentales, las sensaciones, las percepciones y el comportamiento del ser humano, en relación con el medio ambiente físico y social que lo rodea.

Receptor:

Acepta la señal proveniente del sistema de transmisión y la transforma de tal manera que pueda ser manejada por el dispositivo destino. Por ejemplo, un módem captara la señal analógica de la red o línea de transmisión y la convertirá en una cadena de bits.

Servidor (en inglés server):

Ordenador de alta potencia que permanece conectado a una red 24 horas al día y que almacena datos que pueden ser recuperados desde otros ordenadores.

Sitio:

Son páginas dedicadas a un tema sin conexiones a otros sitios. Son destinos finales de Internet.

Sistema de transmisión:

Puede ser desde una sencilla línea de transmisión hasta una compleja red que conecte a la fuente con el destino.

Técnica:

Conforme al Diccionario Enciclopédico Durvan es: "el conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte. Pericia para usar de los procedimientos y recursos". Un ejemplo de técnica sería: una técnica de laboratorio permite realizar un análisis de ADN para determinar la paternidad de una persona, basándose en los descubrimientos de la biotecnología referida.

Tecnología:

Conforme a su etimología, viene del griego tekhné: arte + logos: discurso, ciencia o palabra. En estos términos, tecnología es el discurso acerca del arte de hacer las cosas. El modo ordenado de cómo realizarlas, la que aporta las soluciones para resolver determinadas situaciones. Es una acción, una actividad. La tecnología en términos del diccionario es: "la aplicación de los nuevos conocimientos de la

ciencia al mejoramiento de la industria” (Diccionario Enciclopédico Durvan2001 –CD). Ej: ver el ejemplo del vocablo técnica.

Tecnología multimedial:

Una forma de trasmisión de información a través de sistemas informáticos en la que se combinan diferentes medios de comunicación (textos, gráficos, sonidos, videos, imágenes fijas y móviles) y cumple con tres requisitos: medios integrados en un todo coherente, dar al usuario información en tiempo real y permitan interactividad por parte del usuario.

Transmisor:

Transforma y codifica la información, generando señales electromagnéticas susceptibles de ser transmitidas a través de algún sistema de transmisión. Por ejemplo, un módem convierte las cadenas de bits generadas por un computador personal y las transforma en señales analógicas que pueden ser transmitidas a través de la red telefónica.

Usuario:

Persona o entidad que utiliza y forma parte de una red social. El usuario puede acceder a ella con su propio nombre o mediante un alias, aunque

con la revolución de la Web 2.0 se aprecia un cambio en el que los usuarios se identifican con nombres reales. En la red social de microblogging Twitter, la cuenta y perfil adoptan el nombre real, pero sus miembros identifican sus actividades en la red mediante un nombre de usuario que puede ser diferente, similar o idéntico a su nombre real, y que, además, añade delante de éste el símbolo @.

Videoconferencia:

Sistema de comunicación multimedial que permite, a través de una red de computadoras, que varios participantes puedan verse y hablar en tiempo real, estando a distancia. Se transmite de forma bidireccional y simultánea, imágenes y sonidos.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis principal

El uso de la internet por parte de los estudiantes de psicología, tiene efectos positivos como mayor socialización y acceso a todo tipo de información, modificación de los procesos comunicativos, como efectos negativos como la tendencia al ocio, bajo rendimiento académico, adicción y la pérdida de tradicionales formas de comunicación familiar.

1.4.2. Hipótesis secundaria

- P₁** Los estudiantes de Psicología de la UNHEVAL, provienen de los estratos medios, y tienen patrones culturales susceptibles de ser modificados por el uso de la internet.
- P₂** A pesar de la condición de estudiantes de psicología, existe una tendencia hacia la dependencia de la internet por el uso excesivo de este medio.
- P₃** Los estudiantes de psicología de la UNHEVAL asimilan patrones sociales y culturales que responden a otras realidades y modifican sus formas de comunicación producto de la internet.
- P₄** La perspectiva hacia el uso de la internet por parte de los estudiantes de psicología de la UNHEVAL es cada vez mayor, sobre todo a nivel de las denominadas redes sociales.

1.4.3. Variables

Variable Dependiente:

Efectos positivos como mayor socialización y acceso a todo tipo de información, modificación de los procesos comunicativos, como efectos negativos como la tendencia al ocio, bajo rendimiento académico, adicción y la pérdida de tradicionales formas de comunicación familiar.

Variable Independiente:

Uso de la internet por parte de los estudiantes de psicología.

Variables intervinientes:

- A.** Sexo
- B.** Edad
- C.** Nivel de instrucción
- D.** Procedencia
- E.** Lugar de residencia
- F.** Estrato social
- G.** Procesos comunicacionales
- H.** Adicción

- I. Redes sociales
- J. Patrones culturales

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General:

Identificar y analizar los efectos sociales y comunicacionales de la internet en los estudiantes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- O₁** Determinar las características sociales y culturales de los estudiantes de psicología de la UNHEVAL.
- O₂** Conocer si es real la dependencia de los estudiantes de Psicología de la UNHEVAL a la internet.
- O₃** Identificar y analizar los efectos sociales y comunicacionales que ejerce la internet en los estudiantes de psicología de la UNHEVAL?

O4 Conocer y proyectar la perspectiva de los estudiantes de Psicología hacia la internet?

1.6. Población y Muestra

1.6.1. Población:

La población estudiantil de la Facultad de Psicología es de 330 alumnos aproximadamente.

1.6.2. Ámbito de estudio:

Facultad de Psicología, de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, Huánuco.

1.6.3. Muestra.-

El tipo de muestreo a utilizar es el aleatorio simple, en vista que las características de la población a estudiar son similares; además que nos asegura un alto grado de representatividad.

Para hallar la muestra, se utilizó la fórmula estadística siguiente:

$$n = \frac{4 \times P \times Q \times N}{E^2 (N-1) + 4 \times P \times Q}$$

Donde:

n = Número de elementos de la muestra a determinar

4 = Nivel de confianza elegido

P = Tanto por ciento sumado a la característica
investigada

Q = Es igual a $100 - P$

N = Población

E = Error de estimación admitida &

& = Siendo el máximo a considerar en Ciencias Sociales el 6%

Aplicando la fórmula, se ha determinado la siguiente muestra:

151 estudiantes, entre hombres y mujeres.

II. ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1. Tipo y nivel de investigación

Por las características que posee la investigación es de tipo aplicativo, ya que sirve como contribución para la solución de esta problemática, es decir, el uso inadecuado de la internet por parte de los estudiantes de Psicología de la UNHEVAL.

El nivel de investigación se ubica en el plano descriptivo y explicativo, es decir, a partir del conocimiento de los aspectos más importantes de esta problemática ésta fue analizada y explicada científicamente. Se trató de analizar los factores recurrentes al uso inadecuado de la internet y, sobre todo, las formas de corregir el problema.

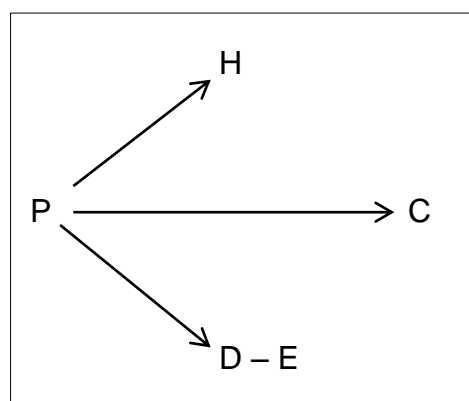
2.2. Método de investigación

Esta Investigación se hizo uso primero de los métodos generales de investigación como son el análisis y síntesis y el inductivo-deductivo. El método dialéctico, ha sido una guía constante durante todo el proceso de investigación, ya que nos ha permitido analizar científicamente los

hechos y sus contradicciones del uso de la internet por parte de los estudiantes de psicología. Por último, se hizo uso de la observación participante, como forma de entender “*in situ*” el problema, en la medida en que, en nuestra condición de estudiantes no somos ajenos al problema, sino somos parte de la misma.

2.3. Diseño de investigación

La investigación corresponde a un diseño descriptivo y explicativo.



2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. Fuentes, Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos

(Técnicas e Instrumentos):

Análisis Documental.

Dada la importancia de este tema, el procedimiento seguido en esta técnica, ha sido buscar los antecedentes del problema, para ello, se hizo uso de investigaciones, folletos, revistas científicas, trabajos monográficos entre otros. La información proporcionada por la Facultad de Psicología y otras oficinas de la UNHEVAL ha sido muy valiosa.

Entrevistas.

Se entrevistó a personas que forman parte del problema, a los conocedores y especialistas de ésta problemática y todos aquellos que de alguna forma están involucrados en el problema. En este caso, resultó importante conocer los puntos de vista de psicólogos, comunicadores y sociólogos.

Fichas.

En la recopilación y selección de la información, se utilizaron las fichas bibliográficas y textuales, que nos permitieron realizar el procesamiento y análisis de los datos en forma adecuada.

2.4.2. Técnicas de trabajo de datos

Se seleccionó y procesó la información recabada acerca del problema de investigación. Asimismo, se establecieron comparaciones porcentuales con la finalidad de definir los puntos altos y bajos de la investigación.

Para el tratamiento de los datos se tuvo en cuenta, estudios realizados sobre el tema, lo que ayudó a una mejor comprensión del problema, por lo tanto, a su mejor tratamiento.

Una de las constantes del trabajo de investigación ha sido la contrastación y la comprobación permanente de la información recabada durante el proceso de investigación. Por último para el informe se revisó permanentemente la información relacionada con el tema objeto de estudios de esta investigación.

III. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

CUADRO N° 01

SEXO

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Varón	72	48
Mujer	79	52
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Se han considerado los porcentajes que señala el cuadro N° 01, debido a que se ha podido determinar que la mayor parte de los alumnos de la E.A.P. de Psicología son mujeres 52% y el 48% son varones.

GRÁFICA N° 01



La Gráfica N° 01 nos demuestra que la carrera de Psicología es de preferencia mayoritaria de las alumnas mujeres, al igual que carreras como Sociología y las más preferidas como las carreras de Obstetricia, Enfermería y otras más. Este hecho demuestra que los estudios de nivel superior ya no son sólo de los varones como se creía tiempo atrás.

CUADRO N° 02

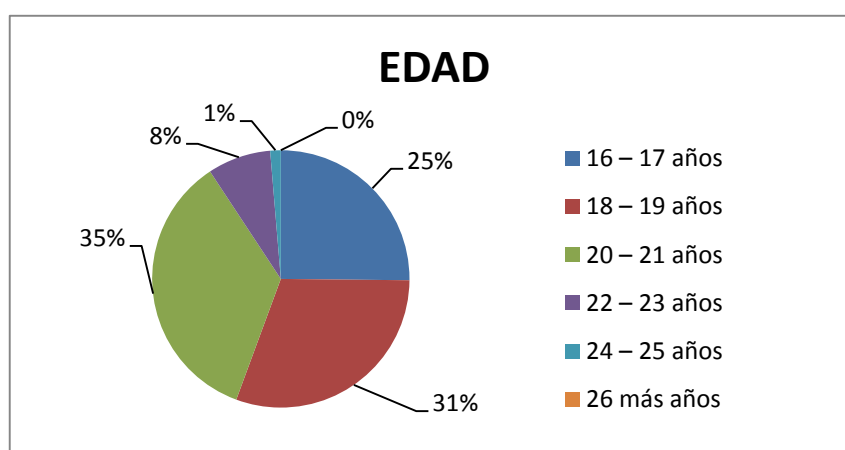
EDAD

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
16 – 17 años	38	25
18 – 19 años	46	31
20 – 21 años	53	35
22 – 23 años	12	8
24 – 25 años	2	1
26 más años	0	0
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Según la encuesta aplicada, el 25% de los alumnos declararon tener entre 16 y 17 años de edad; el 31% dijo tener entre 18 y 19 años; el 35% manifestó tener un a edad de 20 a los 21 años; sólo el 8% señaló tener entre 24 y 25 años de edad. (Cuadro N° 02)

GRÁFICA N° 02



La Gráfica N° 02 nos demuestra que la carrera de Psicología de la UNHEVAL, está compuesta por jóvenes con edades que oscilan entre los 18

a 21 años de edad (91%). Esta realidad nos permite presumir y explicar los resultados que más adelante daremos a conocer. A priori, podemos señalar que el hecho que los alumnos mayormente sean jóvenes tiene más ventajas que desventajas sobre todo en una institución que requiere del impulso juvenil para el logro de sus objetivos de desarrollo.

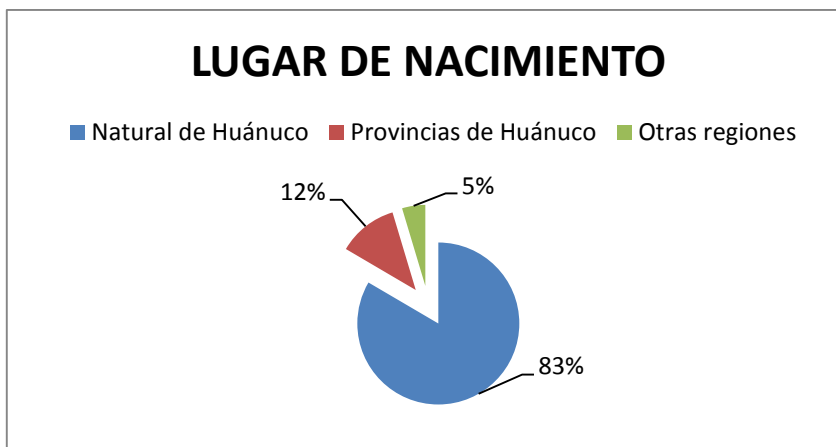
CUADRO N° 03
LUGAR DE NACIMIENTO

DEPARTAMENTO/PROVINCIA	NÚMERO	%
Natural de Huánuco	126	83
Provincias de Huánuco	18	12
Otras regiones	7	5
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Según la encuesta, el 83% de los alumnos manifestaron ser naturales de Huánuco; EL 12% dijeron ser naturales de las provincias de la región Huánuco; mientras que un reducido 5% declararon ser naturales de otras regiones (Lima, Pasco, Ucayali). (Cuadro N° 03)

GRÁFICA N° 03



La Gráfica N° 03, es bastante ilustrativo, para afirmar que la mayor parte de los alumnos de la carrera de Psicología de la UNHEVAL, son naturales de la ciudad de Huánuco. Esa posición expectante que señalamos, es que actualmente la carrera de Psicología de la UNHEVAL se encuentra en proceso de acreditación, situación que la hace atractiva para todo estudiante que aspire a tener una buena formación, sobre todo para los naturales de la región Huánuco.

CUADRO N° 04

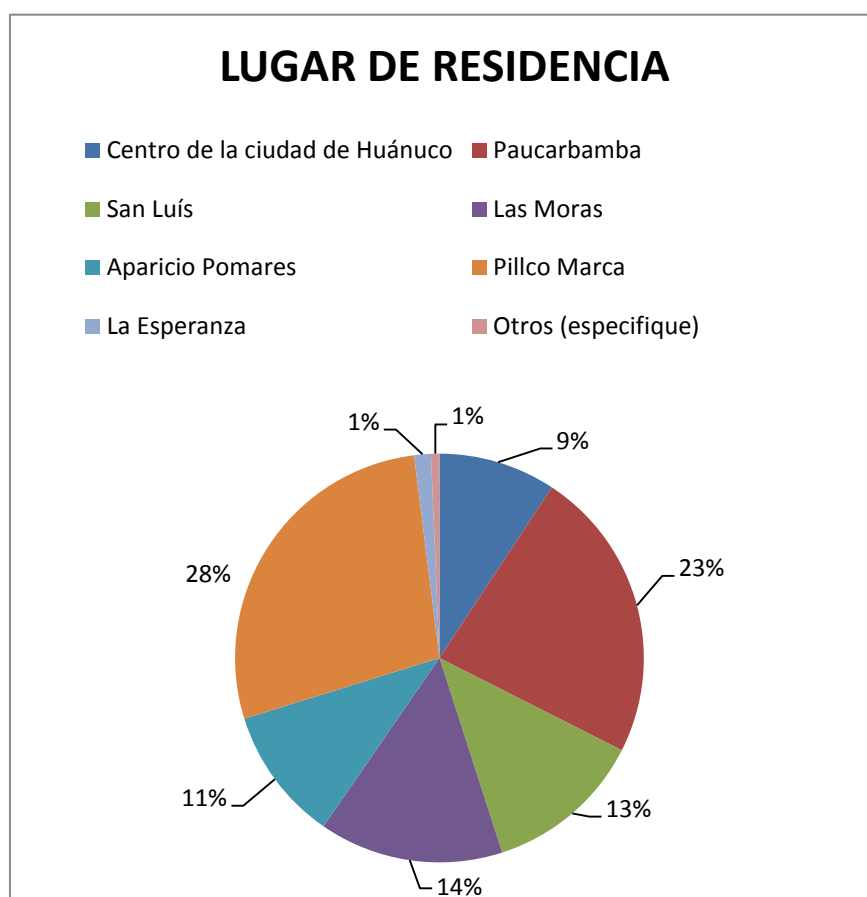
LUGAR DE RESIDENCIA

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Centro de la ciudad de Huánuco	14	9
Paucarbamba	35	23
San Luís	19	13
Las Moras	22	14
Aparicio Pomares	16	11
Pillco Marca	42	28
La Esperanza	2	1
Otros (especifique)	1	1
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Según el Cuadro N° 04, el 9% manifestó tener su residencia en el centro de la ciudad de Huánuco; el 23% dijo que residía en Paucarbamba; el 13% en San Luís; el 14% en Las Moras; el 11% en Aparicio Pomares; el 28% en el distrito de Pillco Marca; el resto declaró vivir en La Esperanza y en otros lugares.

GRÁFICA N° 04



La Gráfica N° 04 nos ilustra el lugar de residencia de los estudiantes de la carrera de Psicología. Encontramos que, la mayor parte de los mismos,

reside en los distritos de Amarilis y Pillco Marca, aunque en este último lugar, debido a que muchos estudiantes prefieren residir en una zona cercana a la UNHEVAL. El lugar de residencia nos ayuda a determinar el medio en que viven los estudiantes y, por tanto, la influencia que pueda ejercer el medio en los mismos. Si bien, el medio no determina, pero si hace sentir su influencia en el comportamiento de los individuos, en este caso de los estudiantes de la carrera profesional de Psicología.

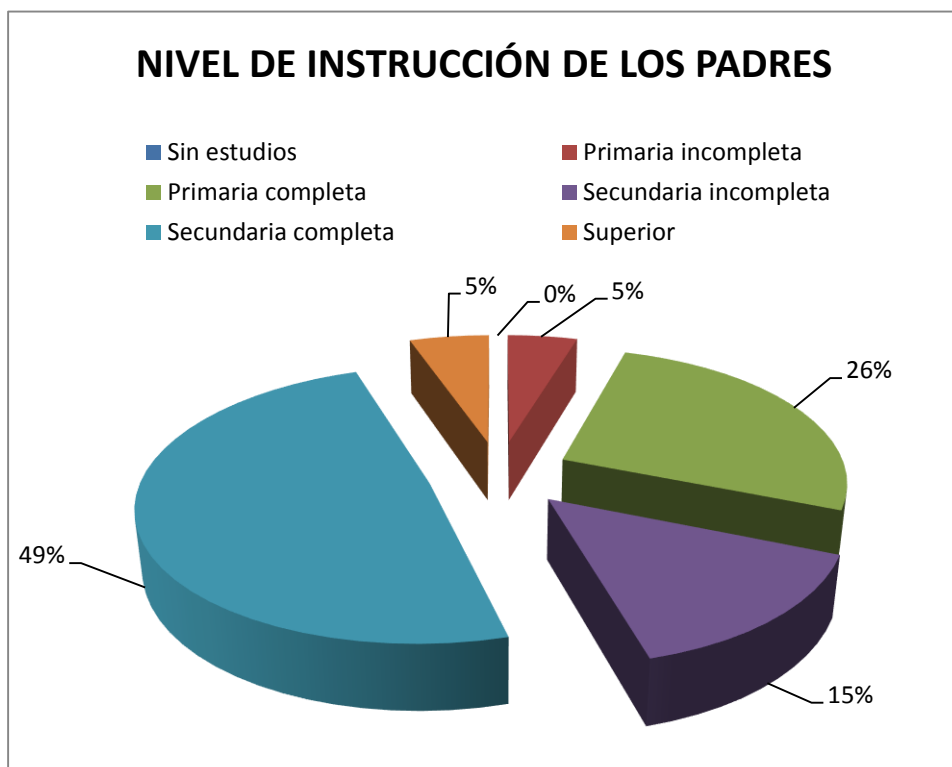
CUADRO N° 05
NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS PADRES

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Sin estudios	0	0
Primaria incompleta	7	5
Primaria completa	40	26
Secundaria incompleta	22	15
Secundaria completa	74	49
Superior	8	5
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 05 nos muestra el nivel de instrucción de los padres de los alumnos de la carrera de Psicología. Los encuestados manifestaron que el 5% de los padres tienen primaria incompleta; el 26% dijo que sus padres tenían primaria completa; el 15% secundaria incompleta; el 49% secundaria completa y el 5% señaló que sus padres tenían estudios de nivel superior.

GRÁFICA N° 05



La Gráfica N° 05, es sumamente ilustrativo. Nos indica que los padres de los alumnos de la carrera de Psicología tienen estudios inconclusos y completos. Lo importante aquí es que casi el 50% de los padres tienen estudios de secundario completos y un 5% tienen estudios de nivel superior. Para el estudio que estamos realizando, encontramos que el hecho que los padres tengan determinado nivel de estudios va a influir en el control y/o supervisión en el uso del internet de parte de sus hijos.

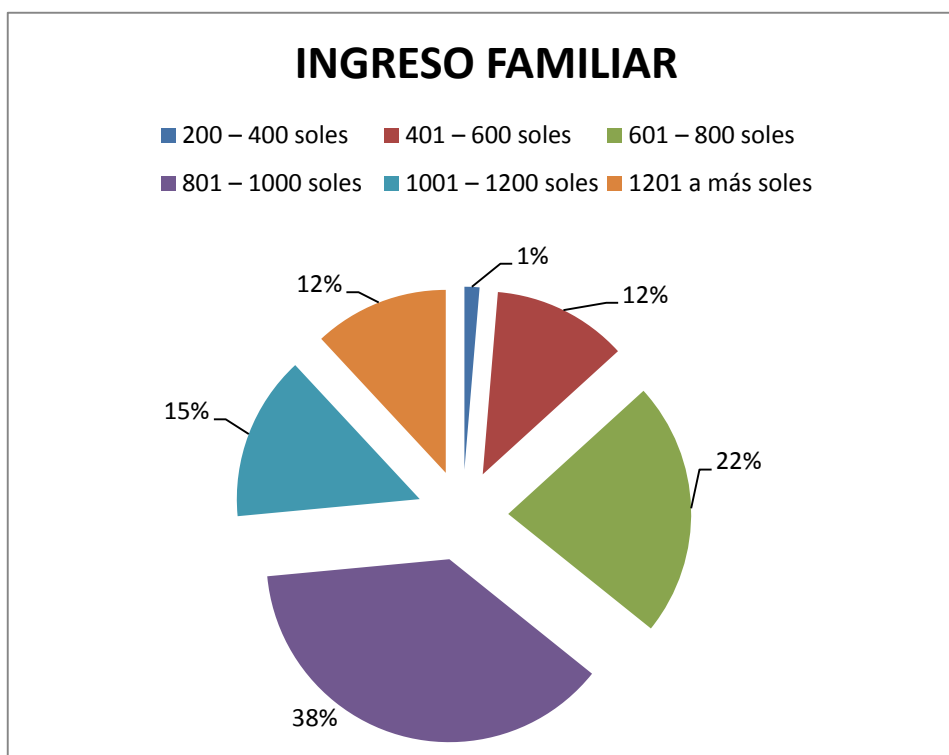
CUADRO N° 06
INGRESO FAMILIAR

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
200 – 400 soles	2	1
401 – 600 soles	18	12
601 – 800 soles	34	22
801 – 1000 soles	57	38
1001 – 1200 soles	22	15
1201 a más soles	18	12
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El cuadro N° 06, nos señala que el 1% de los padres de los alumnos encuestados percibe un sueldo entre 200 y 400 soles; el 12% entre 401 y 600 soles; el 22% entre 601 y 800 soles; el 38% entre 801 y 1000 soles; el 15% entre 1001 y 1200 soles; y finalmente, el 12% tiene un ingreso de 1201 a más.

GRAFICA N° 06



El ingreso familiar es importante para poder determinar muchos aspectos resultantes de esta variable. Aquí encontramos que el ingreso familiar de los alumnos de la carrera de Psicología, en un 65% aproximadamente se encuentra por encima de los 800 soles. Es indudable que este ingreso es insuficiente para cubrir necesidades básicas de una familia, pero nos permite tener una variable que también va a influir en los efectos del uso del internet por parte de los alumnos de Psicología.

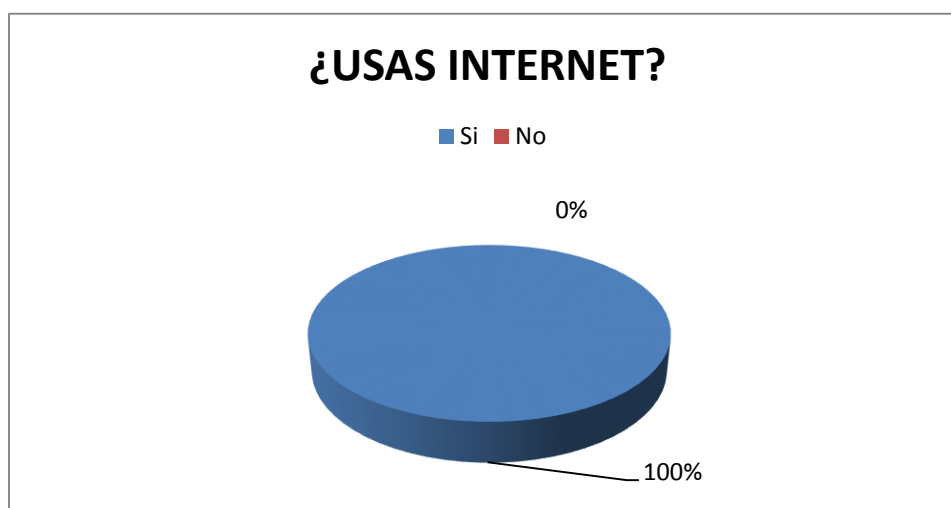
CUADRO N° 07
¿USAS INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	151	100
No	0	0
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Ante la pregunta, si usa internet (el alumno), el 100% manifestó que sí.

GRÁFICA N° 07



Es indudable que la internet no sea un medio de uso de parte de cualquier estudiante universitario. En este sentido, los estudiantes de la carrera de Psicología al utilizar la internet van a verse beneficiados por el uso correcto de la misma, y el uso incorrecto los va a perjudicar.

CUADRO N° 08

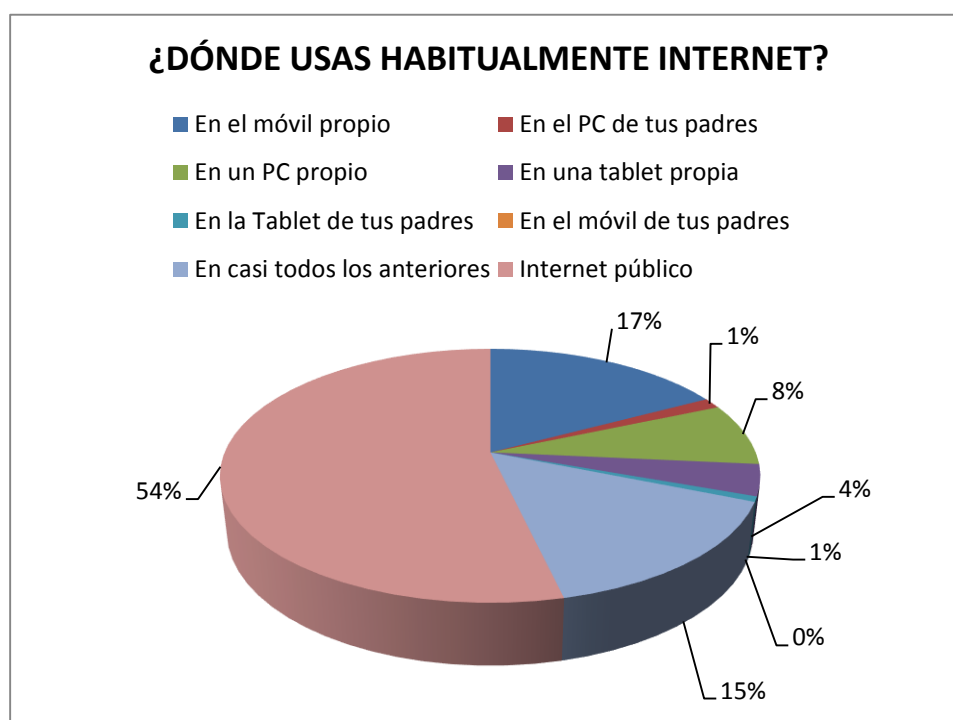
¿DÓNDE USAS HABITUALMENTE INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
En el móvil propio	26	17
En el PC de tus padres	2	1
En un PC propio	12	8
En una tablet propia	6	4
En la Tablet de tus padres	1	1
En el móvil de tus padres	0	0
En casi todos los anteriores	23	15
Internet público	81	54
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 08, nos muestra las respuestas de la pregunta donde usa habitualmente internet. El 17% dijo tener su móvil propio; el 1% manifestó usar el PC de sus padres; el 8% dijo usar su propio PC; el 4% su Tablet propia; el 1% el Tablet de sus padres; el 54% manifestó usar internet público; y el restante 15% dijo utilizar todos los medios señalados.

GRÁFICA N° 08



Es evidente que la mayor parte de los estudiantes encuestados han manifestado que usan la internet público. Nos hace presumir que al tener que usar este servicio público, se exponen a los efectos sean positivos o negativos de la internet. No existe el control, supervisión y consejería de parte de sus mayores, por lo menos en el momento en que están usando este medio. Esto no quiere decir que los que tienen acceso a la internet en sus domicilios si tengan el control y/o supervisión de sus padres, ya que aquí interviene el nivel de instrucción de los padres como factor influyente en el uso de la internet por parte de los alumnos.

CUADRO N° 09

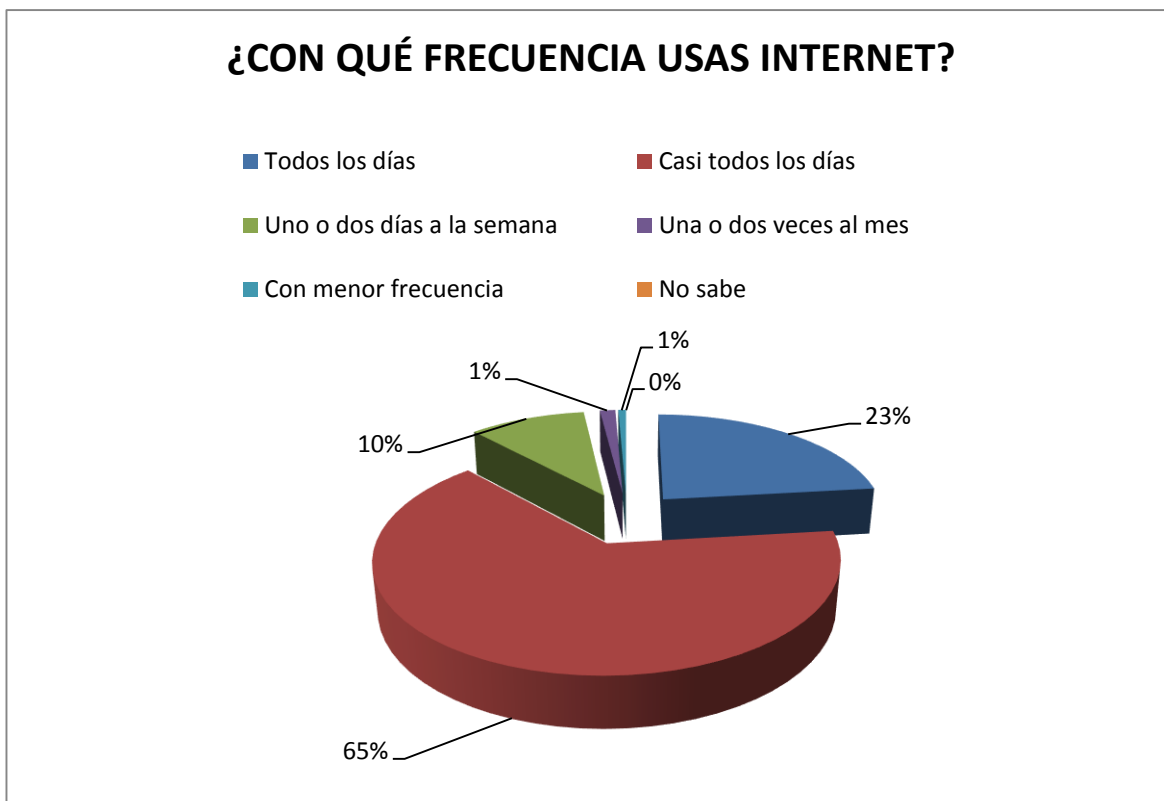
¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Todos los días	35	23
Casi todos los días	98	65
Uno o dos días a la semana	15	10
Una o dos veces al mes	2	1
Con menor frecuencia	1	1
No sabe	0	0
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 09, nos muestra que el 23% de los alumnos encuestados utiliza internet todos los días; el 65% manifestó que utiliza casi todos los días; el 10% dijo que utiliza uno o dos días a la semana; el resto señaló que utiliza la internet con menor frecuencia.

GRÁFICA N° 09



La Gráfica N° 09, nos demuestra que el 88% de los alumnos encuestados utiliza la internet todos los días o casi todos los días. Estos datos nos indican que existe un uso permanente de este medio y que en muchos casos existe dependencia de parte de algunos alumnos hacia la internet. El uso del internet, tiene que ver con las necesidades académicas propias de los alumnos, la falta de asesoría y/o supervisión de este medio por parte de los padres de familia y los maestros para el uso racional y equilibrado, etc.

El uso del internet es una necesidad, sobre todo, para cubrir necesidades académicas; el problema está cuando esta se hace sin el control y/supervisión necesaria, más cuando se trata de jóvenes.

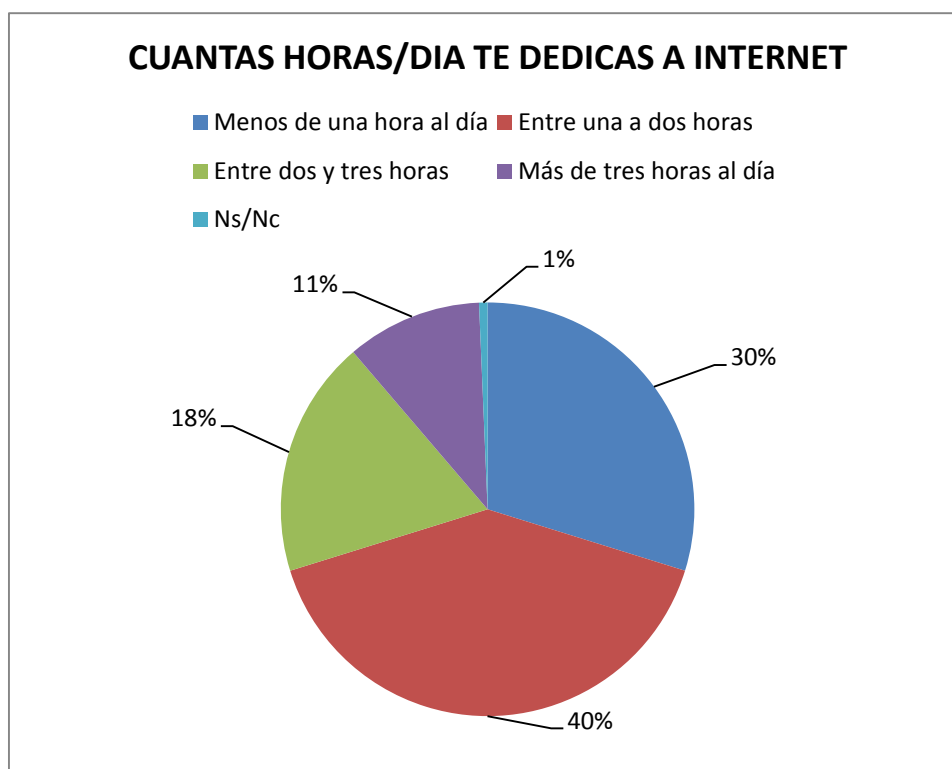
CUADRO N° 10
CUANTAS HORAS/DIA TE DEDICAS A INTERNET

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Menos de una hora al día	45	30
Entre una a dos horas	61	40
Entre dos y tres horas	28	18
Más de tres horas al día	16	11
Ns/Nc	1	1
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 10, en cuanto al uso del internet, el 30% señaló que la utiliza menos de una hora al día; el 40% manifestó el uso del internet entre una a dos horas al día; el 18% dijo usar entre dos a tres horas al día; el 11% respondió que usa la internet más de tres horas al día.

GRÁFICA N° 10



La Gráfica N° 10 complementa y/o corrobora la dependencia que muchos alumnos hacia la internet, toda vez que la mayor parte de ellos (68%) tienen que estar por alguna razón conectados a este medio entre media hora a tres horas cada día.

CUADRO N° 11

¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES REDES SOCIALES SON DE TU PREFERENCIA?

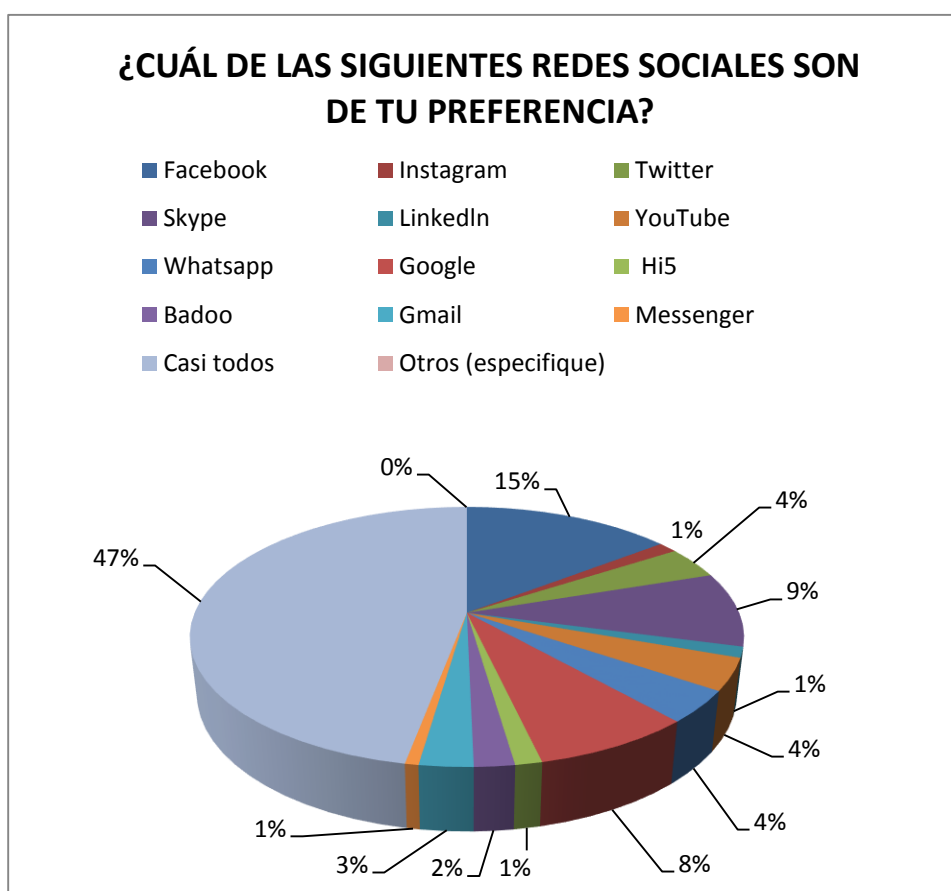
CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Facebook	22	15
Instagram	2	1
Twitter	6	4
Skype	14	9
LinkedIn	2	1
YouTube	6	4
Whatsapp	6	4
Google	12	8
Hi5	2	1
Badoo	3	2
Gmail	4	3
Messenger	1	1
Casi todos	71	47
Otros (especifique)	0	0
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

En el Cuadro N° 11, podemos apreciar que la redes sociales que son de la preferencia de los estudiantes encuestados. Aquí encontramos que el 15% utiliza el Facebook, el 14% utiliza el Skype; el 12% manifestó hacer uso del

Google. Lo particular de estos datos, es que, el 71% de los alumnos encuestados respondió que conocen casi todas las redes sociales.

GRÁFICA N° 11



En la Gráfica 11 sólo hay que resaltar que de las redes sociales que usan los alumnos, no todos les brinda la información adecuada para estos jóvenes cuya función principal es ser buenos alumnos y formarse profesionales que respondan a la expectativas del mercado laboral, que por cierto es bastante competitivo.

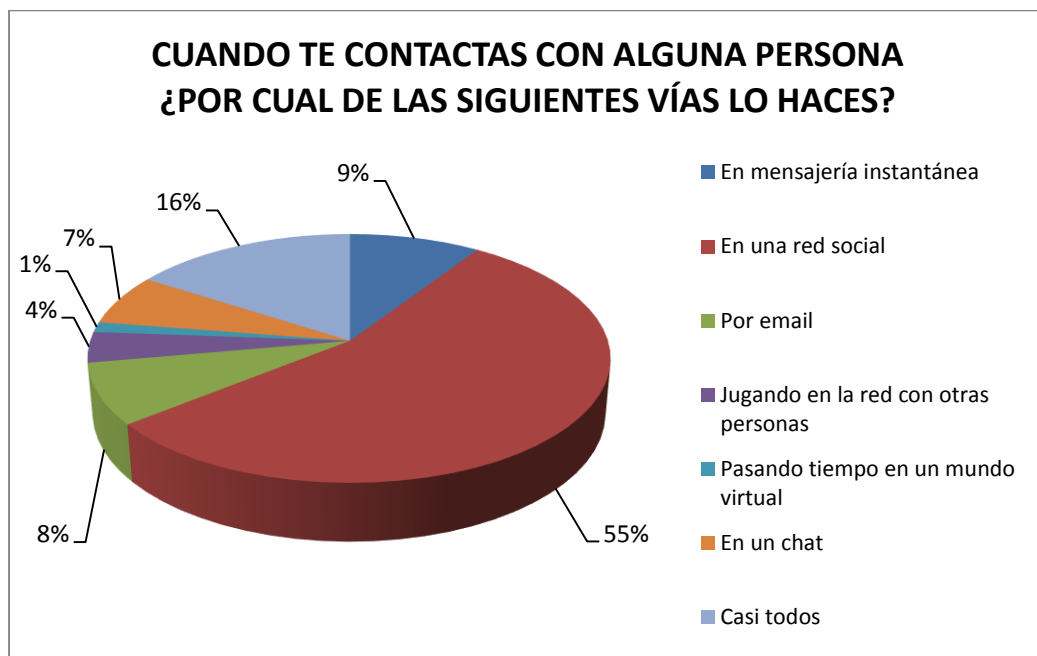
CUADRO N° 12
CUANDO TE CONTACTAS CON ALGUNA PERSONA ¿POR CUAL DE LAS SIGUIENTES VÍAS LO HACES?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
En mensajería instantánea	14	9
En una red social	83	55
Por email	12	8
Jugando en la red con otras personas	6	4
Pasando tiempo en un mundo virtual	2	1
En un chat	10	7
Casi todos	24	16
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 12, dice que el 9% de los alumnos encuestados se contacta con otras personas a través de mensajería instantánea; el 55% a lo hace en una sola red social; el 8% lo hace por email; el 4% juega en la red con otras personas; el 1% pasa su tiempo en un mundo virtual; el 7% utiliza el chat; y el 16% manifestó que se contacta con otras personas por casi todas las vías que ofrece la internet.

GRÁFICA N° 12



Estos datos nos permiten deducir que los alumnos de psicología prefieren utilizar mayormente una red social para poder comunicarse con sus contactos; sin embargo, lo hay también aquellos que manifestaron utilizar casi todas las vías. Lo concreto, al respecto, es que es evidente que los alumnos acceden a la internet con la inquietud que caracteriza a los jóvenes que es la de introducirse incluso a mundo poco conocidos por ellos. (Gráfica N° 12)

CUADRO N° 13

DE LAS SIGUIENTES COSAS QUE TE ENSEÑAMOS A CONTINUACIÓN, DIME ¿CUÁLES HAS REALIZADO EL ÚLTIMO MES? POR FAVOR SEÑALA TODAS LAS QUE HAYAS REALIZADO

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Visitar páginas web para buscar información	42	28
Subir fotos, videos o música para compartir con otros (incluyendo redes sociales como; Twitter, Tuenti, Facebook, Hi5, Whatsapp, Messenger)	12	8
Escribir o colgar un post o mensaje en una página web)	14	9
Usar una webcam (una cámara que permite ver a otras personas en internet y que ellos te vean	6	4
Crear un personaje, mascota o avatar	0	0
Usar páginas para compartir archivos (P2P) (ejemplo: Bid Torrent, Emule, Ares, DC+, Lphant)	6	4
Escribir un blog o diario online (ejemplo: Blogger o Fotolog)	6	4
Casi todos	65	43
TOTAL	151	100

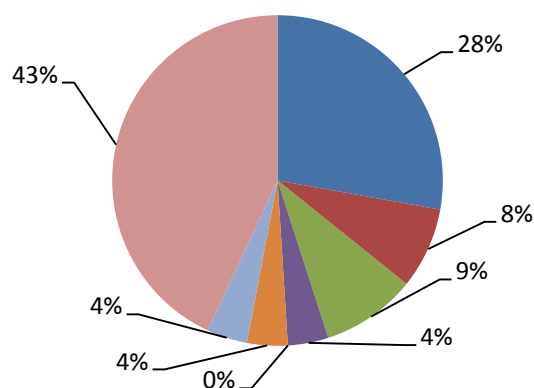
El Cuadro N° 13, nos muestra que el 28% de los alumnos encuestados utiliza la internet para visitar páginas web para buscar información; el 8% para subir fotos, videos o música para compartir con otros (incluyendo redes sociales como Twitter, Tuenti, Facebook, Hi5, Whatsapp, Messenger); el 9% para escribir o colgar un post o mensaje en una página web; el 4% para usar una webcam (una cámara que permite ver a otras personas en internet y que ellos te vean); el 4% para Usar páginas para compartir archivos (P2P) (ejemplo: Bid Torrent, Emule, Ares, DC+, Lphant); el otro 4% para Escribir un blog o diario online (ejemplo: Blogger o Fotolog); por último, el 43% de los

mismos señalaron que en el último mes visitaron casi todas las páginas posibles.

GRÁFICA N° 13

DE LAS SIGUIENTES COSAS QUE TE ENSEÑAMOS A CONTINUACIÓN, DIME ¿CUÁLES HAS REALIZADO EL ÚLTIMO MES. POR FAVOR SEÑALA TODAS LAS QUE HAYAS REALIZADO

- Visitar páginas web para buscar información
- Subir fotos, videos o música para compartir con otros (incluyendo redes sociales como; Twitter, Tuenti, Facebook, Hi5, Whatsapp, Messenger)
- Escribir o colgar un post o mensaje en una página web)
- Usar una webcam (una cámara que permite ver a otras personas en internet y que ellos te vean)
- Crear un personaje, mascota o avatar
- Usar páginas para compartir archivos (P2P) (ejemplo: Bid Torrent, Emule, Ares, DC+, Lphant)
- Escribir un blog o diario online (ejemplo: Blogger o Fotolog)
- Casi todos



Estos datos nos muestran que los estudiantes de Psicología están en contacto permanente con la internet por las razones que se han señalado en los cuadros anteriores. Es tanta la oferta del internet que se muestran muy tentadoras para los jóvenes ávidos de “descubrir” el mundo y explorar

mundos desconocidos, que en muchos casos son riesgosos por la diversidad de información que ofrece el importante medio. (Gráfica N° 13)

CUADRO N° 14
TUS PADRES ¿EJERCEN CONTROL Y/O SUPERVISIÓN EN LO QUE HACES EN INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	12	8
No	139	92
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 14, nos señala, ante la pregunta si sus padres ejercen control y/o supervisión en lo que hace en internet, la respuesta fue contundente: el 8% dijo que si, mientras que 92% respondió que no.

GRÁFICA N° 14



La respuesta de los alumnos encuestados es clara. Se puede decir que prácticamente los estudiantes de la carrera de Psicología no tienen ningún control de parte de sus padres para el uso del internet. La explicación puede estar en las condiciones socioeconómicas de las familias de los alumnos objeto de estudio. Solo hay que observar, en nivel de ingresos y de

instrucción de los padres, lo que no quiere decir que sea un factor determinante, pero si influye sobremanera en esta situación.

CUADRO N° 15

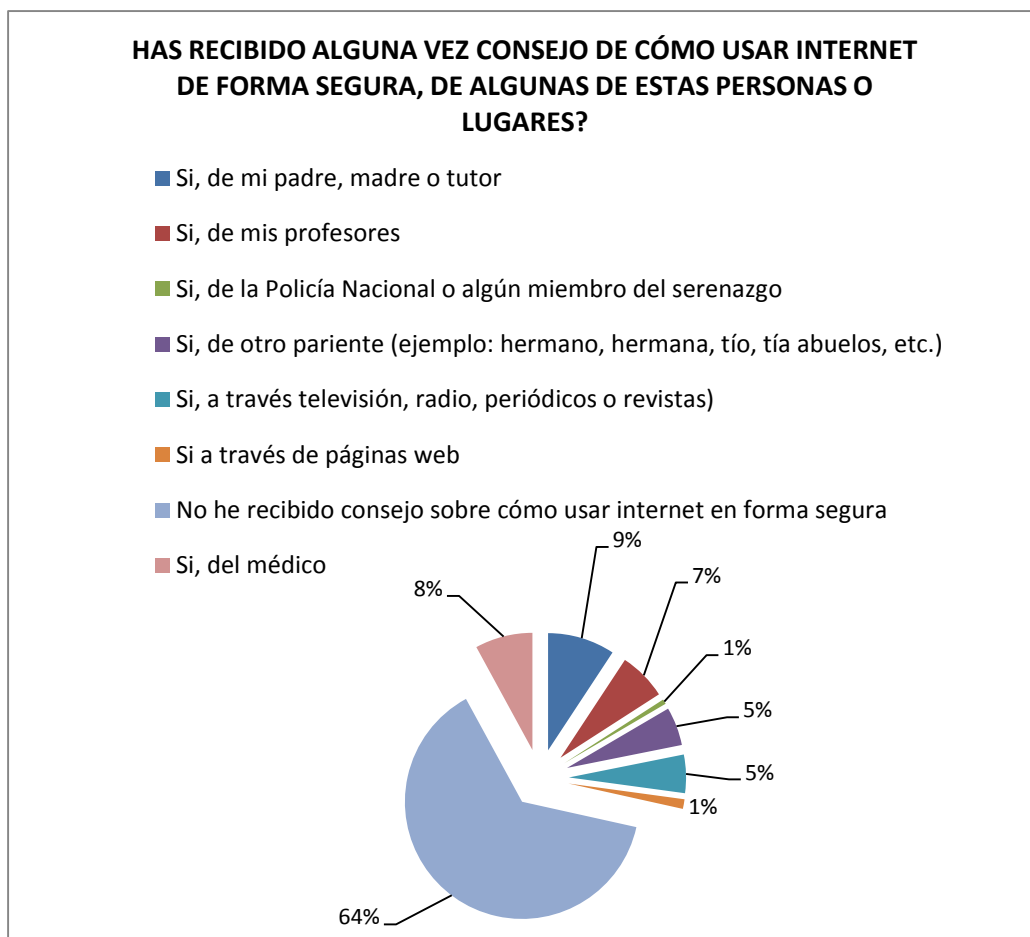
HAS RECIBIDO ALGUNA VEZ CONSEJO DE CÓMO USAR INTERNET DE FORMA SEGURA, DE ALGUNAS DE ESTAS PERSONAS O LUGARES

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si, de mi padre, madre o tutor	14	9
Si, de mis profesores	10	7
Si, de la Policía Nacional o algún miembro del serenazgo	1	1
Si, de otro pariente (ejemplo: hermano, hermana, tío, tía abuelos, etc.)	8	5
Si, a través televisión, radio, periódicos o revistas	8	5
Si a través de páginas web	2	1
No he recibido consejo sobre cómo usar internet en forma segura	96	64
Si, del médico	12	8
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Esta investigación quiso hurgar más al respecto. Cuando se le pregunta si alguna vez ha recibido consejo de parte de “alguien” acerca de cómo usar internet en forma segura, las respuestas fueron las siguientes: el 9% dijo que si recibió consejos de parte de sus padres o tutores; el 7% de parte de sus profesores; el 1% de parte de la policía nacional o algún miembro del serenazgo; el 5% de otro pariente; otro 5% a través de un medio de comunicación; un 1% a través de la página webb; un 8% de parte de un médico; y un 64% dijo no haber recibido consejo alguno acerca de cómo usar en forma segura la internet. (Ver Cuadro N° 15)

GRÁFICA N° 15



La Gráfica N° 15 nos muestra que, mayoritariamente los alumnos encuestados (64%) manifiestan no haber recibido consejo alguno para el uso en forma segura del internet. Bajos porcentajes corresponden a los padres, profesores o los médicos. Esta situación va a influir en el comportamiento de los jóvenes, por cuanto la imprudencia y la falta de reflexión de parte de los mismos, lo hacen probables víctimas de lo negativo que se encuentra en este medio de comunicación.

CUADRO N° 16

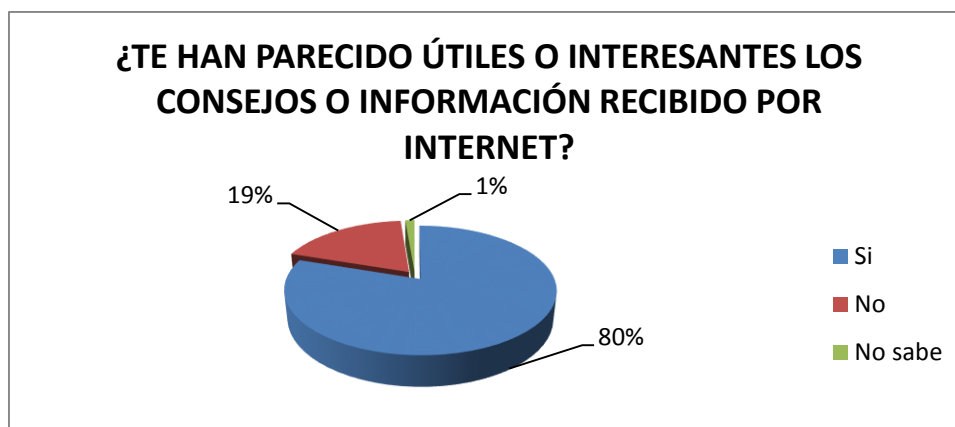
¿TE HAN PARECIDO ÚTILES O INTERESANTES LOS CONSEJOS O INFORMACIÓN RECIBIDO POR INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	121	80
No	28	19
No sabe	2	1
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 16, responde a la pregunta si les ha parecido útiles o interesantes los consejos o información recibido por internet. Al respecto, el 80% dijo que sí; y el 19% dijo que no.

GRÁFICA N° 16



El aspecto valorativo acerca de la utilidad o no de los consejos o información recibido por internet también es importante, por cuanto la mayor parte de ello coinciden en que afirmar que sí lo son (útiles). Ahora, lo que falta determinar es porqué consideran útiles lo recibido por internet. (Gráfica N° 16)

CUADRO N° 17

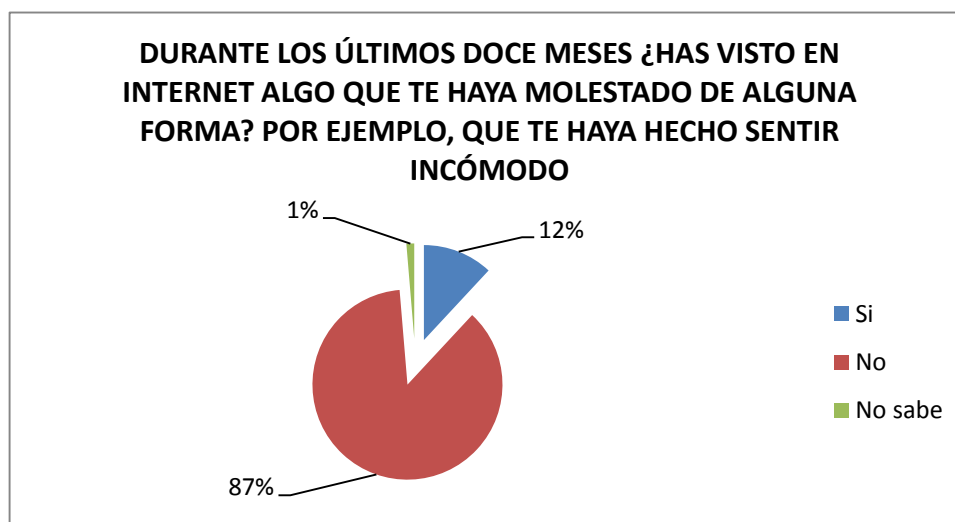
DURANTE LOS ÚLTIMOS DOCE MESES ¿HAS VISTO EN INTERNET ALGO QUE TE HAYA MOLESTADO DE ALGUNA FORMA? POR EJEMPLO, QUE TE HAYA HECHO SENTIR INCÓMODO (A), DISGUSTADO O SENTIR QUE NO DEBERÍAS HABER VISTO?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	18	12
No	131	87
No sabe	2	1
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Los alumnos encuestados en un 87% manifestaron que lo que han visto en internet no les ha molestado ni incomodado y que les haya hecho sentir que no deberían haber visto; el 12% manifestó lo contrario. (Cuadro N° 17)

GRÁFICA N° 17



Los estudiantes manifiestan que no han visto nada que les moleste en internet; quizás esa respuesta sea relativa en vista que muchos jóvenes y/o

adolescentes en general aún no diferencian lo bueno de lo malo del internet.

(Gráfica N° 17)

CUADRO N° 18

DURANTE LOS ÚLTIMOS DOCE MESES, ¿TE HA PASADO ALGUNA DE ESTAS COSAS POR INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Me enviaron a través de internet mensajes desagradables	8	5
Se enviaron o postearon en internet mensajes desagradables e hirientes sobre mi	0	0
Sucedieron otras cosas desagradables e hirientes	1	1
Fui expulsado o excluido de un grupo o actividad de internet	0	0
Fui amenazado en internet	2	1
Ninguna de las anteriores	139	92
Otros (especifique)	1	1
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Lo que mostramos en el Cuadro N° 19 nos dice que durante los últimos doce meses les ha pasado lo siguiente: el 5% manifestó que les enviaron por internet mensajes desagradables; el 1% respondió que le sucedieron cosas desagradables e hirientes por internet; el otro 1% dijo que fue amenazado por internet. Lo más destacable de todas las respuestas es que el 92% respondió que no le sucedió ninguna de las cosas señalados en los ítems del cuadro N° 18.

GRÁFICA N° 18



Al igual que la respuesta de la pregunta anterior, los estudiantes encuestados manifestaron que no ha tenido problemas de comunicación a través del internet. Pero esto no es definitivo, sólo basta con recordar que los jóvenes con las características que poseen, los hace vulnerables ante la internet y reiteramos mucho aún no saben diferenciar lo bueno de lo malo que este medio ofrece. (Gráfica N° 18)

CUADRO N° 19

¿CONSIDERAS QUE INTERNET ES IMPORTANTE EN LA VIDA DE LAS PERSONAS?

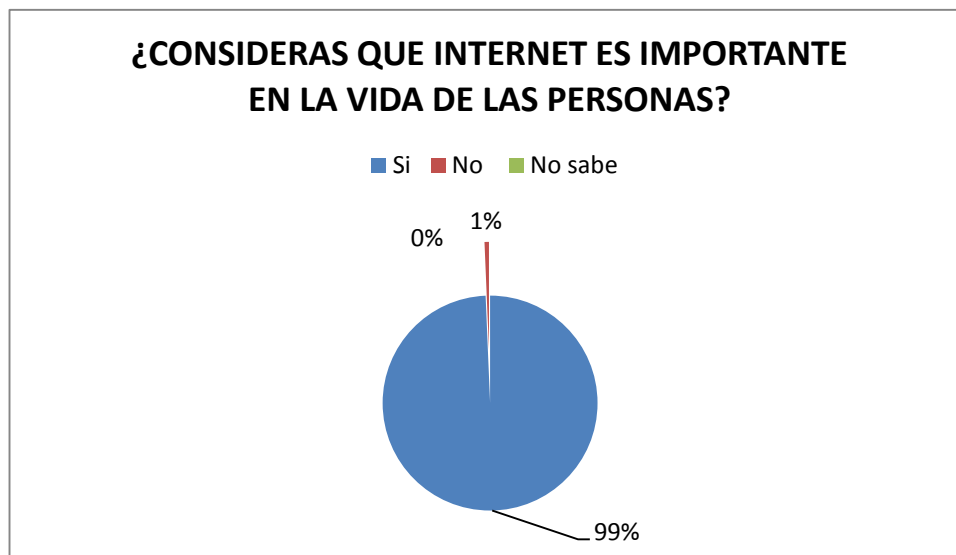
CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	150	99
No	1	1
No sabe	0	0
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El 99% de los alumnos encuestados manifestó que la internet es importante para la vida de las personas; mientras que solamente el 1% dijo lo contrario.

(Cuadro N° 19)

GRÁFICA N° 19



Partiendo por la comunidad científica, la clase política, la clase gobernante y gran parte de las personas, reconocen la importancia del internet para la

investigación, para la comunicación en un mundo globalizado como el nuestro. Al respecto, los alumnos universitarios en general y los alumnos de la carrera de psicología en general reconocen también esta importancia, sobre todo, para ampliar sus conocimientos, realizar sus trabajos encargados, etc.; pero también para comunicarse con otras personas de su edad y sexo diferente que pueden ser o no estudiantes universitarios y, por último, para el “relajo” como ellos señalan: bajar música, videos entre otros. (Gráfica N° 19)

CUADRO N° 20

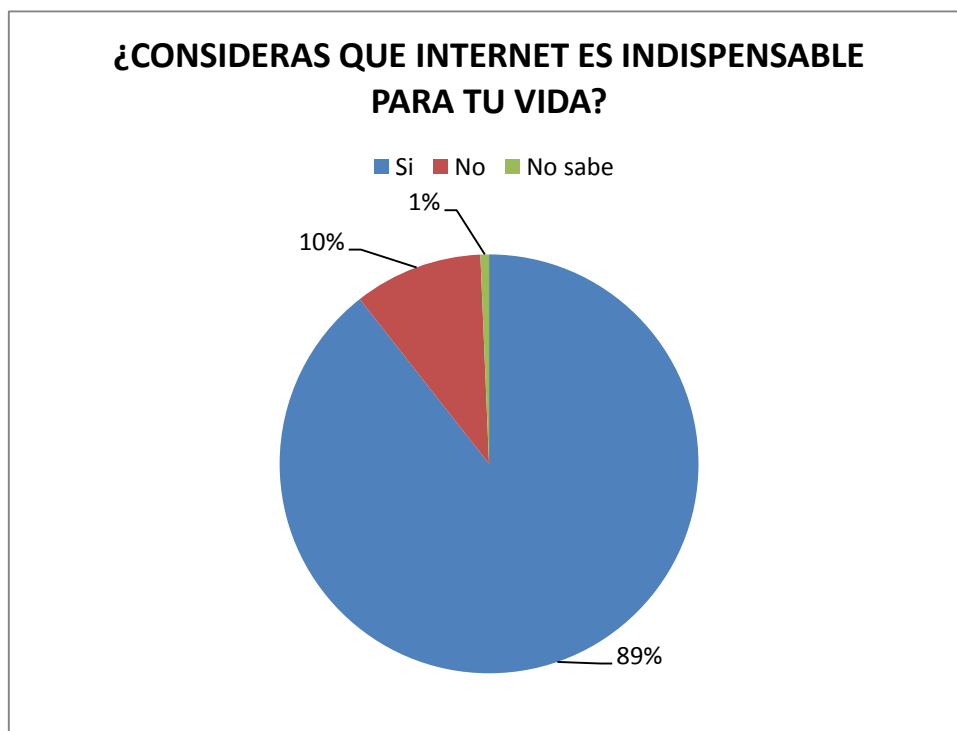
¿CONSIDERAS QUE INTERNET ES INDISPENSABLE PARA TU VIDA?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	135	89
No	15	10
No sabe	1	1
TOTAL	151	100.00

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

El Cuadro N° 20, responde a la pregunta si la internet es indispensable para la vida de los estudiantes, al respecto el 80% de los alumnos encuestados manifestó que sí y un 10% dijo lo contrario.

GRÁFICA N° 20



En la vida de las personas muchas cosas son indispensables, como la alimentación, la vivienda y el abrigo, lo es también según las características socioeconómicas y culturales de las personas. La necesidad del hombre por comunicarse y por encontrar muchas veces formas de comunicarse, encuentra en la internet un medio importante e indispensable para su vida. Y esto se da, sobre todo en las personas, para nuestro caso en lo jóvenes alumnos que se han hecho dependientes hasta cierto grado de la internet.

(Gráfica N° 20)

CUADRO N° 21

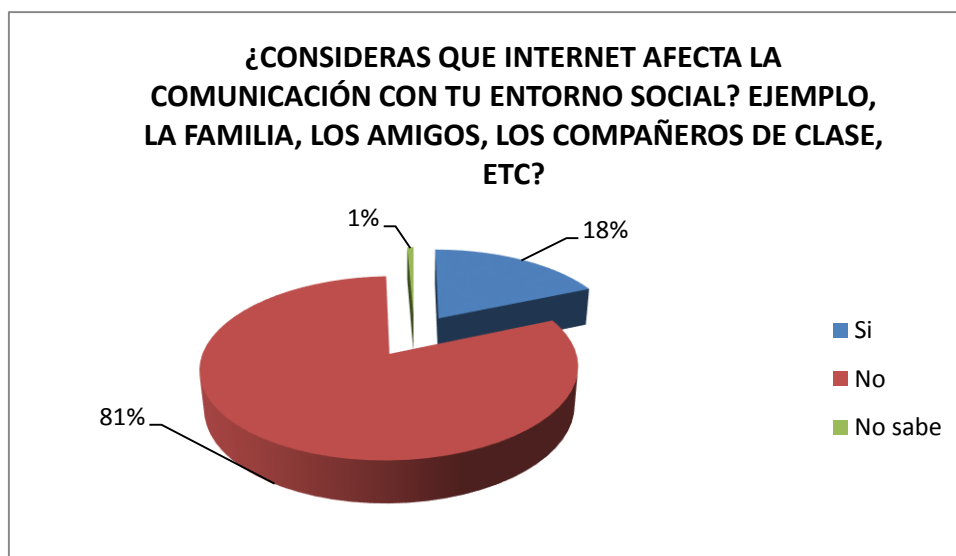
¿CONSIDERAS QUE INTERNET AFECTA LA COMUNICACIÓN CON TU ENTORNO SOCIAL? EJEMPLO, LA FAMILIA, LOS AMIGOS, LOS COMPAÑEROS DE CLASE, ETC?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	28	18
No	122	81
No sabe	1	1
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Según el Cuadro N° 21, el 18% de los alumnos encuestados respondió que el uso de la internet le afecta la comunicación con su entorno social; mientras que el 81% manifestó que no lo afecta.

GRÁFICA N° 21



El 20% de los estudiantes que respondió que el uso de internet afecta la comunicación con su entorno social (familia, amigos, compañeros de clase, etc.). Este dato ya es importante, porque ya son el 18% de los alumnos que reconocen los efectos del uso de internet, efectos que de por sí son para preocuparse, porque se trata de los amigos, la familia y los mismos compañeros de clase, cuando el uso del internet debería mejorar la comunicación entre las personas, sobre todo, por su entorno más cercano. (Gráfica N° 21)

CUADRO N° 22

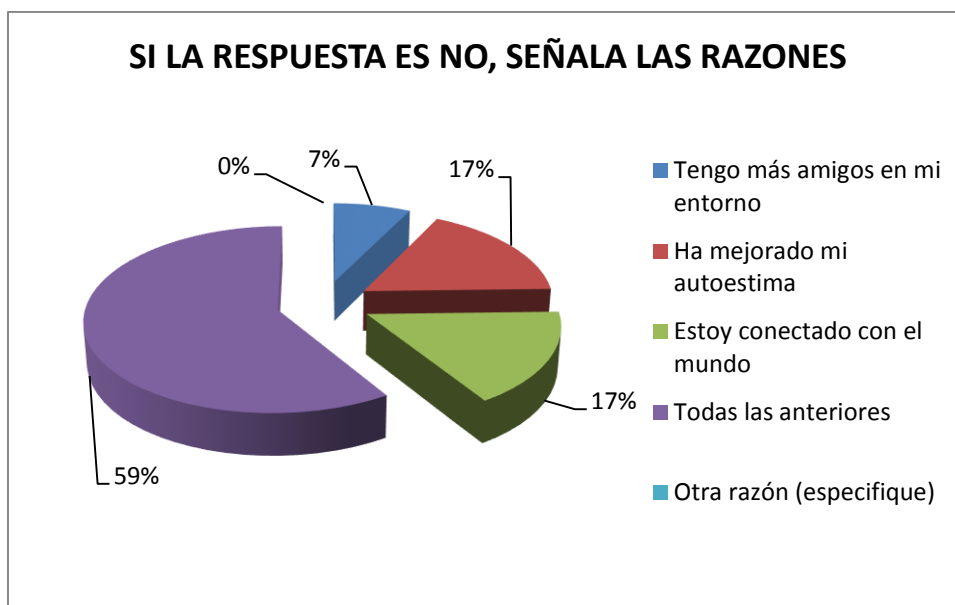
SI LA RESPUESTA ES NO, SEÑALA LAS RAZONES

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Tengo más amigos en mi entorno	9	7
Ha mejorado mi autoestima	21	17
Estoy conectado con el mundo	20	17
Todas las anteriores	72	59
Otra razón (especifique)	0	0
TOTAL	122	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Todo lo contrario sucede según los encuestados que respondieron que la internet no ha afectado su comunicación con su entorno. El 7% de los encuestados señaló que ahora tiene más amigos en su entorno; el 17% dijo que ha mejorado su autoestima; el otro 17% que ahora está conectado con el mundo y un 59% señaló todos los ítems anteriores. (Cuadro N° 22)

GRÁFICA N° 22



Estos datos que pretenden señalar que la internet no afecta la comunicación de los jóvenes encuestado con su entorno es relativo; encontramos aquí que quienes nos dieron estas respuestas, no están seguros de lo que dijeron o encuentran en él una justificación para el uso de este medio de comunicación.

Algunas entrevistas que sostuvimos con estos mismos encuestados y que respondieron que la internet no afecta su comunicación, no tienen claro acerca del significado que tienen cuando se hablan de pérdida de comunicación con su entorno.

CUADRO N° 23

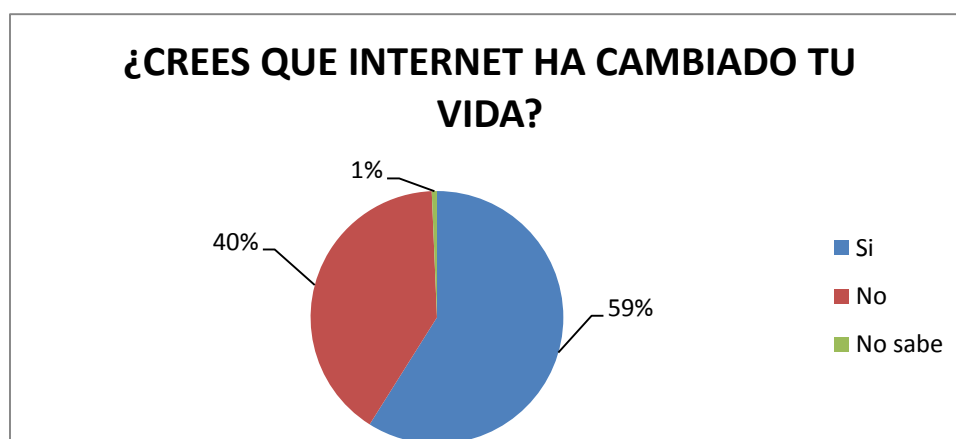
¿CREES QUE INTERNET HA CAMBIADO TU VIDA?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	89	59
No	61	40
No sabe	1	1
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Cuando se les pregunta si la internet a cambiado su vida un 59% respondieron que sí; mientras que el 40% dijo que no. (Cuadro N° 23)

GRÁFICA N° 23



Internet como un medio importante de comunicación, definitivamente ha cambiado al mundo, ha cambiado la vida de millones de personas. Lo importante en esto es que en mucho ha cambiado positivamente y en otros

ha cambiado negativamente, sobre todo, de aquellos que se han hecho dependientes de es este medio. (Gráfico 23)

CUADRO N° 24

SI TU RESPUESTA ES POSITIVA, SEÑALA, ¿EN QUÉ HA CAMBIADO TU VIDA?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Me he vuelto más sociable	22	25
Conozco más acerca del mundo	36	40
Puedo ayudar más a mi entorno	4	5
Me ahorra tiempo en mis estudios	20	22
Ha mejorado mi autoestima	7	8
Otra razón (especifique)	0	0
TOTAL	89	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Los alumnos que dieron la respuesta que la internet ha cambiado su vida, no tienen muy claro en qué aspectos, sin embargo, lograron responder lo siguiente: el 25% dijo ser más sociable ahora; el 40% dijo que conoce mucho más acerca del mundo; el 5% manifestó que ahora puede ayudar más a su entorno; el 22 respondió que ahorra más tiempo para sus estudios y el 8% porque ha mejorado mucho su autoestima. (Cuadro N° 24)

GRÁFICA N° 24



El Gráfico N° 24, nos muestra con suma claridad una realidad hasta cierto punto compleja, en vista que existen evidencias conocidas en el campo de la comunicación social que los jóvenes, por sus características y su propia naturaleza no tienen claro de muchas que les sucede a ellos mismos y a su propio entorno social.

Pero, a pesar de ello, su condición de estudiantes y con mayor razón de la carrera de Psicología, nos hace pensar que la respuesta dada por ellos sea hasta cierto punto cierta.

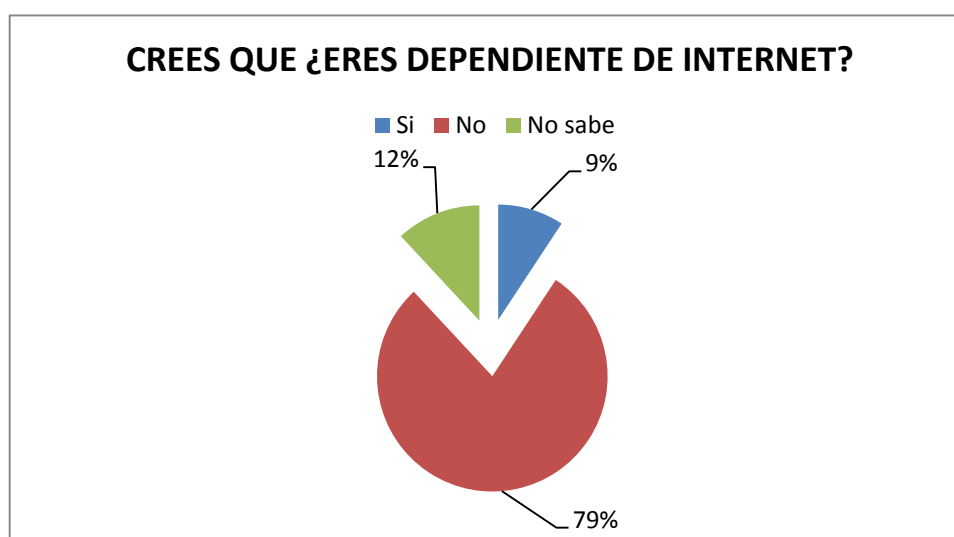
CUADRO N° 25
CREES QUE ¿ERES DEPENDIENTE DE INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	14	9
No	119	79
No sabe	18	12
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Ante la pregunta, si es dependiente de internet, los alumnos encuestados respondieron lo siguiente: el 9% dijo que sí; el 79% manifestó que no; un 12% señaló que no sabe. (Cuadro N° 25)

GRÁFICA N° 25



A pesar que sólo un pequeño porcentaje reconoce su dependencia a la internet, no significa que los que manifiestan que no son dependientes, no lo sean, existe la probabilidad que algunos se estos también lo sean, pero no lo declaran por razones obvias. (Gráfico N° 25)

CUADRO N° 26

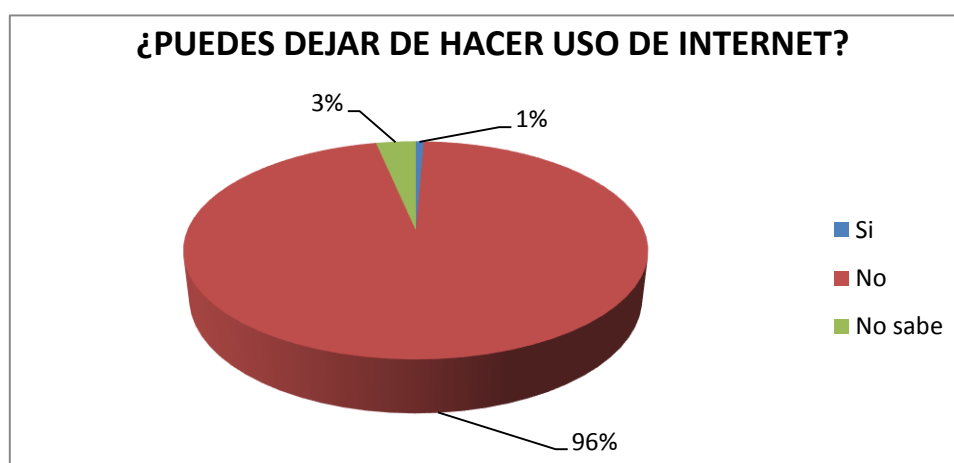
¿PUEDES DEJAR DE HACER USO DE INTERNET?

CARACTERÍSTICA	NÚMERO	%
Si	1	1
No	145	96
No sabe	5	3
TOTAL	151	100

FUENTE: Elaboración propia. Año 2016.

Se les preguntó si pueden dejar de hacer uso de la internet, respondieron de la siguiente manera: el 1% dijo que sí; mientras que el 96% respondió que no; solo un 3% manifestó que no sabe. (Cuadro N° 26)

GRÁFICA N° 26



Este resultado nos permite arribar a algunas conclusiones. Del total de los que respondieron que no dejarían de usar la internet, se encuentran aquellos que se han vuelto dependientes de este importante medio, otros son aquellos que lo consideran útil para su trabajo, sus estudios, poder comunicarse, es decir para muchas cosas que en la práctica es muy útil la internet.

CONCLUSIONES

Primera.- La mayor parte de los alumnos de la Facultad de Psicología son mujeres (52%) y los varones son el 48%. Está compuesta por muchos jóvenes, con edades que oscilan entre los 18 a 21 años de edad (91%). El 83% de los alumnos son naturales de Huánuco, el 12% son de las provincias de la región Huánuco, mientras que un reducido 5% son de otras regiones (Lima, Pasco, Ucayali). El 9% manifestó tener su residencia en el centro de la ciudad de Huánuco, el 23% dijo que residía en Paucarbamba, el 13% en San Luís, el 14% en Las Moras, el 11% en Aparicio Pomares, el 28% en el distrito de Pillco Marca, el resto declaró vivir en La Esperanza y en otros lugares. El 5% de los padres tienen primaria incompleta, el 26% dijo que sus padres tenían primaria completa, el 15% secundaria incompleta, el 49% secundaria completa y el 5% señaló que sus padres tenían estudios de nivel superior. El 1% de los padres de los alumnos encuestados percibe un sueldo entre 200 y 400 soles, el 12% entre 401 y 600 soles, el 22% entre 601 y 800 soles, el 38% entre 801 y 1000 soles, el 15% entre 1001 y 1200 soles, y finalmente, el 12% tiene un ingreso de 1201 a más.

Segunda.- En la práctica todos los estudiantes de la Facultad de Psicología hacen uso del internet. La mayor parte de ellos utiliza cualquier medio, siendo el público el de mayor uso. El 88% de los alumnos

encuestados utiliza la internet todos los días o casi todos los días. Se observa la dependencia de muchos alumnos hacia la internet, toda vez que la mayor parte de ellos (68%) tienen que estar por alguna razón están conectados a este medios entre media hora a tres horas cada día. Los alumnos encuestados manifestaron su dependencia a la internet en un 9% y un 79% manifestó que no era dependiente. Un 12% señaló que no sabe Los estudiantes acceden a casi todas las opciones que ofrece la internet, y en muchos casos algunos de ellos significan para ellos distracción más que un aprovechamiento académico. Es tanta la oferta de la internet que se muestran muy tentadoras para los jóvenes ávidos de “descubrir” el mundo y explorar mundos desconocidos, que en muchos casos son riesgosos por la diversidad de información que ofrece el importante medio.

Tercera.- Se puede decir que los estudiantes de la carrera de Psicología no tienen ningún control de parte de sus padres o de alguna persona mayor para el uso del internet, lo que va a influir en el comportamiento de los jóvenes, por la imprudencia y la falta de reflexión que los caracterizan y lo hacen probables víctimas de lo negativo que se encuentra en este importante medio. El 99% de los alumnos encuestados manifestó que la internet es importante para la vida de las personas. Consideran que la internet es indispensable para la vida de los estudiantes (80%). El 20% de los estudiantes respondió que el uso de internet afecta la

comunicación con su entorno social (familia, amigos, compañeros de clase). El 59% manifestó que la internet a cambiado su vida, mientras que el 40% dijo que no. El 96% de los alumnos señaló que no pueden dejar de hacer uso de la internet.

Cuarto.- Según se desprende de los resultados obtenidos, existe un uso masivo de Internet y las redes sociales por parte de los estudiantes de Psicología, además de existir cierto grado de dependencia de parte de los mismos, lo que acarrea consecuencias que perjudican al joven y también a la familia. La influencia de Internet es muy significativa en la vida académica de los estudiantes: Está desplazando a los libros y la confiabilidad de su información es muy grande. La búsqueda de la información que realizan los estudiantes, es mayoritariamente, no exhaustiva. Este hecho se evidencia en que muchas veces su información proviene de las primeras páginas del buscador Google, además, en la baja calidad de las mismas.

Quinto.- Los efectos sociales del internet, se manifiestan en el proceso de socialización en que se encuentra inmerso todo ser humano; en este caso los estudiantes de la Facultad de Psicología. Un sector de estudiantes se desenvuelven socialmente en dos frentes: Por un lado, pierden amistades, se alejan de la familia, etc. por otro lado, encuentran nuevas relaciones a través de las redes del internet. El espacio es muy amplio, porque pueden llegar a

contactarse con personas de cualquier parte del mundo con los riesgos que significan mantener este tipo de relaciones.

Sexto.- Internet como un medio importante para la comunicación, tiene una serie de impactos en nuestra sociedad donde su consumo se convierte en una práctica cotidiana. Los niños, los adolescentes, los estudiantes universitarios son el público que más cercanía tiene con las nuevas tecnologías y quienes están desarrollando capacidades y habilidades específicas para desenvolverse en un mundo marcado por la hipertextualidad y el acceso a información. Ello no debería ser objeto de preocupación o alarma dado que está enmarcado en un proceso natural de desarrollo social, pero se están generando problemas de comunicación entre padres e hijos y con su entorno más cercano por la disparidad en el desarrollo de estas capacidades o habilidades que condicionan un relacionamiento diferenciado con tecnologías como Internet. Si a ello se suma la brecha educativa existente entre padres e hijos, las distancias se harán más profundas y por ello, los problemas de comunicación son más graves.

Séptimo.- Bajo las consideraciones objetivas y subjetivas en la que se desenvuelve la problemática objeto de estudio, se observa que existe poco interés por parte de los encargados (padres, maestros, autoridades, etc.) de informar acerca de los riesgos que significan el uso de la internet.

RECOMENDACIONES

Primera.- Internet se introduce poco a poco más en nuestras vidas y más en la vida de los jóvenes y es inevitable. Entonces, es necesario que nos anticipemos y aprendamos lo máximo posible sobre el impacto negativo del Internet en los jóvenes, no solo desde el punto de vista de la adicción, sino también de los cambios personales, sociales y las formas de comunicarse que puede traernos la llegada del mundo virtual. Recordemos que muchos jóvenes (estudiantes) debido al uso inadecuado de la internet se vuelven dependientes y este ya es un problema que le corresponde resolver a todos los sectores involucrados en el problema, empezando por la familia.

Segunda.- El uso y abuso de las redes sociales generan impactos positivos y/o negativos en el desarrollo cognitivo, afectivo, social y de identidad en adolescentes y jóvenes, es necesaria la supervisión constante y sistemática de un adulto que guíe, eduque, module y controle el acceso a todas las herramientas tecnológicas que están ocupando gran parte del tiempo y del espacio de personas en formación y desarrollo como nuestros adolescentes y jóvenes. Es indispensable que los adultos se autoeduquen y que estén constantemente adquiriendo conocimientos para poder supervisar a sus hijos en estas áreas, junto con ser un ejemplo del buen uso. La guía y la educación que puedan realizar los

adultos, tanto en la generación de filtros informáticos como en el desarrollo de la capacidad de autocontrol y autodirección en la web, son aspectos indispensables que pueden llegar a determinar el cómo se utilicen estas nuevas tecnologías y con ello, el impacto positivo o negativo que tengan.

Tercero.- Es tarea del Estado, de los entes encargados de guiar y supervigilar los procesos educativos y de formación profesional definir las políticas adecuadas y necesarios para que el uso de la internet sea lo más positivo posible. Es decir que los efectos deberían ser para mejorar la conducta y/o comportamiento de las personas, de los jóvenes en particular.

Cuarto.- El uso del internet en los jóvenes en general y en los estudiantes de psicología en particular, deberían servir para mejorar las formas de comunicación que es uno de los grandes problemas que afecta a la sociedad, a nuestra comunidad. Aquí la Escuela de Comunicación de la UNHEVAL, puede desempeñar un rol muy importante, tomando en cuenta dentro de su Currículo de Estudios formas para mejorar la comunicación entre personas, entre grupos de personas haciendo uso del internet y socializarlo con la comunidad universitaria y regional.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según los profesores Valkenburg y Meter opinan que Internet proporciona a los adolescentes la herramienta que necesitan para **abrirse y hablar de sus asuntos personales**: la comunicación a través de Internet proporciona a los adolescentes el impulso que necesitan porque **las distracciones son mínimas**. Cuantas menos distracciones tengan, menos influencia reciben por el modo en que la gente les ve. El resultado **reduce la inhibición y provoca que las conversaciones sean más personales**. Por otro lado, Giraldo Malca, Carla Ximena en su tesis acerca de la influencia del internet en la comunicación de los jóvenes adolescentes, afirma que, Internet tiene una serie de impactos en las sociedades donde su consumo se convierte en una práctica cotidiana y de ese conjunto los jóvenes son los más “afectados” en el uso de este medio de comunicación importante. Por su parte, otro estudio de la **Universidad de Alberta** (EE.UU.) muestra que el lenguaje comúnmente utilizado en los mensajes instantáneos no afecta necesariamente en los jóvenes; pero si puede afectar en su conducta, en sus formas de socialización y comunicación. Son algunos trabajos de investigación que contribuyen a demostrar los efectos del uso del internet en los jóvenes. Al igual que nuestra investigación, coinciden en señalar, que el uso y masificación del internet es inevitable, lo que queda por hacer, es administrar bien su uso a través de medidas que se den en la familia, en la escuela en la universidad, etc. Finalmente, debemos señalar que la internet tiene un impacto profundo en el trabajo, el ocio y el conocimiento a nivel mundial. Las Redes Sociales se han convertido en una parte natural de las vidas de la juventud de hoy en día,

porque son perfectas para conocer gente, para compartir, y porque son un lugar idóneo para obtener información. El Internet es una fuente de comunicación moderna, que puede causar adicción social, porque cuando un joven escribe, su único contacto es con la pantalla de un computador, sin ver ni escuchar a esa persona con la que supuestamente está comunicado, y pierde la noción del tiempo y de la gente a su alrededor.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, M.** : **INTERNET EN LAS ESCUELAS.** Barcelona – España. 2003.
- ANDER, EGG, E.** : **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL.** México: Humanitas. 1969.
- ASTI VERA, A.** : **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.** Buenos Aires: Editorial Kapeluz. 1999.
- BANCO MUNDIAL** : **INFORME MUNDIAL DEL DESARROLLO.** 2007.
- BREDIÑANA, A.** : **INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA EDUCATIVA.** Iquitos. Perú. 1997.
- BOUDON, R, LAZARSFELD** : **METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES II. ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA CAUSALIDAD.** Barcelona: Ediciones Laja, 1974 (Mouton & Co., La Haya, 1966).
- CARRASCO, P.** : **RENDIMIENTO ACADÉMICO. BARCELONA** España. 1987.
- CASTELLS M.** : **GALAXIA INTERNET.** Ediciones Arete, Madrid. 2001.
- CHÁVEZ, L.** : **RELACIÓN ENTRE LAS ENFERMEDADES MÁS FRECUENTES CON EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES INGRESANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO.** 2006.
- CUEVAS, A.** : **INTERNET COMO HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN.** Santiago de Chile – 1997.
- EARL, Babbie** : **FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL.** Thomson Editores. México. 2000.
- FLORES, R.** : **USOS Y GRATIFICACIONES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN.** Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey México. 2000.
- HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ B.** : **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.** McGraw Hill 1994. Colombia.
- LEAL, A.** : **EL IMPACTO DE INTERNET EN LAS HABILIDADES Y ACTITUDES Y VALORES DE ESTUDIANTES,** ITESM, México. 1998.
- MARQUES, P.** : **USO EDUCATIVO DE INTERNET. (EL TERCER MUNDO).** Madrid – España. 1998.
- MEDINA. R.** : **MANUAL DE INTERNET.** 1º Edición – ISTER - Iquitos-Perú. 1999.
- MENDIZABAL, N.** : **LOS COMPONENTES DEL DISEÑO FLEXIBLE EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.** En Vasilachis de Gialdino, I. (Coord.); Estrategias de investigación cualitativa.

- Buenos Aires: Gedisa. 2006.
- MORAGAS, M.** : **SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS.** Tomos I-IV. Gustavo Gili, Barcelona. 1985.
- OCEDA, C.** : **RUTA PRÁCTICA A INTERNET.** 1º edición. Editorial Macro. Lima – Perú. 2005.
- OIT.** : **TRABAJO DECENTE Y JUVENTUD EN PERÚ.** 2008.
- PASCUZZO C.** : **FACTORES PREDICTIVOS DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO.** Caracas – Venezuela. 2000.
- RAGIN, C.** : **LA CONSTRUCCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL. INTRODUCCIÓN A LOS MÉTODOS Y SU DIVERSIDAD.** Caps.1, 2 y 3. Bogotá: Siglo del Hombre Editores/ Universidad de Los Andes/ Sage Publications. 2007.
- ROMERO, A.** : **PATRONES DE USO DE INTERNET EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIO.** Departamento de Psicología Básica. Universidad de Murcia, Campus de Espinardo. 1999.
- ROSSI, Julieta** : **NIÑOS Y ADOLESCENTES. INFORME ANUAL. 2000,** Buenos Aires, CELS— EUDEBA. 2000.
- SALINAS, H.** : **USO DE INTERNET COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA PARA FACILITAR EL APRENDIZAJE ELABORATIVO Y PROFUNDO.** Santiago de Chile. 2004.
- SIERRA BRAVO.** : **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL. TEORÍA Y EJERCICIOS.** Editorial Paraninfo, Madrid, 7º edición revisada. “Cap. 3. El proceso de la investigación socia”. 1991.
- VELASCO, J.** : **EL IMPACTO DE INTERNET EN SUS USUARIOS. (TRASTORNO DE ADICCIÓN A INTERNET).** Santiago de Chile. 1997.

ANEXOS

ENCUESTA

Señor (ita) estudiante, tenga Ud. la amabilidad de responder a las siguientes preguntas, la misma servirá para desarrollar la investigación acerca de los efectos del uso de la internet. Agradecemos de antemano su colaboración.

1. **Sexo**
A. Varón () B. Mujer ()
2. **Edad**
A. 16 – 17 años () D. 22 – 23 años ()
B. 18 – 19 años () F. 24 – 25 años ()
C. 20 – 21 años () G. 26 más años ()
3. **Procedencia**
A. Natural de Huánuco () C. Otras regiones ()
B. Provincias de Huánuco ()
4. **Ingreso familiar**
A. 200 – 400 soles () D. 801 – 1000 soles ()
B. 401 – 600 soles () E. 1001 – 1200 soles ()
C. 601 – 800 soles () F. 1201 a más soles ()
5. **Lugar de residencia**
A. Centro de la ciudad de Huánuco () E. Aparicio Pomares ()
B. Paucarbamba () F. Pillco Marca ()
C. San Luís () G. La Esperanza ()
D. Las Moras () H. Otros (especifique) ()
6. **Nivel de instrucción de los padres**
A. Sin estudios () D. Secundaria incomplet ()
B. Primaria incompleta () E. Secundaria completa ()
C. Primaria completa () F. Superior ()
7. **¿Usas internet?**
A. Si () B. No ()
8. **¿Dónde usas habitualmente internet?**
A. En el móvil propio () E. En la Tablet de tus padres ()
B. En el PC de tus padres () F. En el móvil de tus padres ()
C. En un PC propio () G. Otros dispositivos (especifique) ()
D. En una tablet propia ()
9. **¿Con qué frecuencia utilizas internet?**
A. Todos los días () D. Una o dos veces al mes ()
B. Casi todos los días () E. Con menor frecuencia ()
C. Uno o dos días a la semana () F. No sabe ()
10. **¿Cuántas horas/día te dedicas a internet?**
A. Menos de una hora al día () D. Más de tres horas al día ()
B. Entre una a dos horas () E. Ns/Nc ()
C. Entre dos y tres horas ()

11. **¿Con cuál de las siguientes redes sociales son de tu preferencia?**
- | | | | |
|--------------|-----|------------------------|-----|
| A. Facebook | () | H. Google | () |
| B. Instagram | () | I. Hi5 | () |
| C. Twitter | () | J. Badoo | () |
| D. Skype | () | K. Gmail | () |
| E. LinkedIn | () | L. Messenger | () |
| F. YouTube | () | LL. Casi todos | () |
| G. Whatsapp | () | K. Otros (especifique) | () |
12. **¿Cuál de las siguientes cosas has hecho en internet?**
- | | |
|---|-----|
| A. Usar internet para trabajos de la universidad | () |
| B. Buscar información por internet | () |
| C. Ver videos (ejemplo: YouTube) | () |
| D. Usar mensajería instantánea, es decir, intercambiar mensajes por internet con amigos o contactos que están online (por ejemplo: Whatsapp, Messenger) | () |
| E. Visitar un perfil de una red social (tuyo o de otra persona), por ejemplo (Twitter, Tuenti, Facebook, Myspace) | () |
| F. Enviar/recibir emails | () |
| G. Descargar música o películas | () |
| H. Leer/ver noticias en internet | () |
| I. Jugar en internet con otras personas | () |
| J. Visitar un chat/foro, es decir, visitar un sitio en internet en el que puedes hablar con personas que puede que no conozcas en persona | () |
| K. Pasar tiempo en un mundo virtual | () |
13. **¿Cuándo te contactas con alguna persona por cuál de las siguientes vías lo haces?**
- | | | | |
|------------------------------|-----|------------------------------|-----|
| A. En mensajería instantánea | () | D. Jugando con otras pers. | () |
| B. En una red social | () | E. Pasando tiempo virtualmen | () |
| C. Por email | () | F. En un chat | () |
14. **De las siguientes cosas que te enseñamos a continuación, dime cuáles has realizado el ÚLTIMO MES. Por favor señala todas las que hayas realizado.**
- | | |
|--|-----|
| A. Visitar páginas web para buscar información | () |
| B. Subir fotos, videos o música para compartir con otros (incluyendo redes sociales como; Twitter, Tuenti, Facebook, Hi5, Whatsapp, Messenger) | () |
| C. Escribir o colgar un post o mensaje en una página web) | () |
| D. Usar una webcam (una cámara que permite ver a otras personas en internet y que ellos te vean | () |
| E. Crear un personaje, mascota o avatar | () |
| F. Usar páginas para compartir archivos (P2P) (ejemplo: Bid Torrent, Emule, Ares, DC+, Lphant) | () |
| G. Escribir un blog o diario online (ejemplo: Blogger o Fotolog) | () |
15. **¿Tus padres ejercen control y/o supervisión en lo que haces en internet?**
- | | | | |
|-------|-----|-------|-----|
| A. Si | () | B. No | () |
|-------|-----|-------|-----|
16. **¿Has recibido ALGUNA VEZ consejo sobre cómo usar Internet de forma segura, de alguna de estas personas o lugares?**
- | | |
|-----------------------------------|-----|
| A. Si, de mi padre, madre o tutor | () |
|-----------------------------------|-----|

- B. Si, de mis profesores ()
- C. Si, de la Policía Nacional o algún miembro del serenazgo ()
- D. Si, de otro pariente (ejemplo: hermano, hermana, tío, tía abuelos, etc.) ()
- E. Si, a través televisión, radio, periódicos o revistas ()
- F. Si a través de páginas web ()
- G. No he recibido consejo sobre cómo usar internet en forma segura ()
- H. Si, del médico ()
17. **¿Te han parecido útiles o interesantes los consejos o información recibida por internet?**
- A. Si () C. No sabe ()
- B. No ()
18. **Durante los ÚLTIMOS 12 MESES, ¿Has visto algo en internet que te haya molestado de alguna forma?, por ejemplo, que te haya hecho sentir incómodo, disgustado o sentir que no deberías haber visto**
- A. Si () C. No sabe ()
- B. No ()
19. **Durante los ÚLTIMOS 12 MESES, ¿Te ha pasado alguna de estas cosas en internet?**
- A. Me enviaron a través de internet mensajes desagradables ()
- B. Se enviaron o postearon en internet mensajes desagradables e hirientes sobre mí ()
- C. Sucedieron otras cosas desagradables e hirientes ()
- D. Fui expulsado o excluido de un grupo o actividad de internet ()
- E. Fui amenazado en internet ()
- F. Otros (especifique) ()
20. **¿Consideras que internet es importante en la vida de las personas?**
- A. Si () C. No sabe ()
- B. No ()
21. **¿Consideras que internet es indispensable para tu vida personal?**
- C. Si () C. No sabe ()
- D. No ()
22. **¿Consideras que internet afecta la comunicación con tu entorno social? Ejemplo; la familia, los amigos, los compañeros de clases, etc.**
- A. Si () C. No sabe ()
- B. No ()
23. **¿Si tu respuesta es SI, señala cómo ha afectado tu comunicación?**
- A. Tengo menos amigos en mi entorno () D. No me concentro como antes ()
- B. Converso menos con mi familia () E. Otra razón (especifique) ()
- C. He perdido algunos amigos ()
24. **¿Si tu respuesta anterior es NO, señala las razones?**
- A. Tengo más amigos en mi entorno () D. Participo menos en actividades ()
- B. Ha mejorado mi autoestima () E. No hago lo que hacía antes ()
- C. Estoy conectado con el mundo () F. Otra razón (especifique) ()

25. **¿Crees que internet ha cambiado tu vida?**
A. Si () C. No sabe ()
B. No ()
26. **¿Si tu respuesta anterior es positiva, señala en que ha cambiado tu vida?**
A. Me he vuelto más sociable () D. Me ahorra tiempo en mis estud. ()
B. Conozco más acerca del mundo () E. Ha mejorado mi autoestima ()
C. Puedo ayudar más a mi entorno () F. Otra razón (especifique) ()
27. **¿Crees que eres dependiente de internet?**
A. Si () C. No sabe ()
B. No ()
28. **¿Puedes dejar de hacer uso del internet?**
A. Si () C. No sabe ()
B. No ()

ENTREVISTA

Señor:

.....

Sírvase responder a las siguientes interrogantes:

1. ¿Considera Ud. que internet ha traído consigo cambios en la vida de las personas o de la sociedad?
2. ¿Hasta qué punto puede ser positivo o negativo el uso de internet?
3. ¿Del conjunto de la población, que sector se ve más influenciado por internet?
4. ¿A quién le corresponde orientar el buen uso de internet de parte de los niños y los jóvenes adolescentes?
5. ¿Cuáles son los riesgos del uso sin control y/o supervisión de internet de parte de nuestros niños y jóvenes?
6. ¿El uso de internet afecta o ayuda a mejorar la comunicación en nuestros jóvenes?
7. Si el uso de internet afecta la comunicación de nuestros jóvenes ¿hasta qué punto lo afecta?
8. ¿Es inevitable el uso de internet de parte de nuestros jóvenes?
9. ¿Debería el Estado intervenir en el uso de internet por parte de la población?
10. Cuáles son las ventajas y desventajas del uso del internet?

MATRIZ DE CONSISTENCIA

"EFECTOS SOCIALES Y COMUNICACIONALES DE LA INTERNET EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNHEVAL. HUÁNUCO 2015."

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA
<p>General</p> <p>¿Cuáles son los efectos sociales y comunicacionales de la internet en los estudiantes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL?</p>	<p>General</p> <p><i>Identificar y analizar</i> los efectos sociales y comunicacionales de la internet en los estudiantes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL.</p>	<p>Principal</p> <p>El uso de la internet por parte de los estudiantes de psicología, tiene efectos positivos como mayor socialización y acceso a todo tipo de información, modificación de los procesos comunicativos, como efectos negativos: tendencia al ocio, bajo rendimiento académico, adicción y la pérdida de tradicionales formas de comunicación familiar.</p>	<p>Independiente</p> <p>Uso de la internet por parte de los estudiantes de Psicología</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Socialización - perspectivas 	<p>Tipo de Investigación</p> <p>Por las características que posee la investigación es de tipo aplicativo.</p> <p>Nivel de Investigación</p> <p>El nivel de investigación se ubica en el plano descriptivo y explicativo, es decir, a partir del conocimiento de los aspectos más importantes de esta problemática esta será analizada y explicada científicamente.</p> <p>Método de investigación</p> <p>Esta investigación se hará uso primero de los métodos generales de investigación como son el análisis y síntesis y el inductivo-deductivo. El método dialéctico, será una guía constante durante todo el proceso de investigación.</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>La investigación corresponde a un diseño descriptivo y explicativo.</p>	<p>Población</p> <p>La población estudiantil de la Facultad de Psicología es de 330 alumnos aproximadamente.</p> <p>Unidad de análisis</p> <p>Estudiantes de la Facultad de Psicología que usan la internet.</p> <p>Ámbito es estudio</p> <p>Facultad de Psicología de la UNHEVAL.</p> <p>Muestra (aleatoria simple)</p> <p>Fórmula estadística</p> $n = \frac{4 \times P \times Q \times N}{E2(N-1) + 4 \times P \times Q}$ <p>Técnicas e Instrumentos</p> <p>Análisis documental, Fichaje, encuesta, entrevistas</p> <p>Instrumento</p> <p>Questionario, testimonios.</p>
<p>Específicos</p> <p>PE₁ ¿Cuáles son las características sociales y culturales de los estudiantes de Psicología de la UNHEVAL?</p>	<p>Específicos</p> <p>OE₁ Determinar las características sociales y culturales de los estudiantes de Psicología de la UNHEVAL</p>	<p>Específicas</p> <p>HE₁ Los estudiantes de Psicología de la UNHEVAL, provienen de los estratos medios, y tienen patrones culturales susceptibles de ser modificados por el uso de la internet.</p>	<p>Dependiente</p> <p>Efectos positivos, como mayor socialización y acceso a todo tipo de información, modificación de los procesos comunicativos, como efectos negativos: tendencia al ocio, bajo rendimiento académico, adicción y la pérdida de tradicionales formas de comunicación familiar.</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Socialización - Información - Procesos comunicativos - Rendimiento académico - Adicción 		
<p>PE₂ ¿Es real la dependencia de los estudiantes de psicología a la internet?</p>	<p>OE₂ Conocer si es real la dependencia de los estudiantes de psicología a la internet.</p>	<p>HE₂ A pesar de la condición de estudiantes de psicología, existe una tendencia hacia la dependencia de la internet por el uso excesivo de este medio.</p>			
<p>PE₃ ¿Cuáles son los efectos sociales y comunicacionales que ejerce la internet en los estudiantes de Psicología?</p>	<p>OE₃ Identificar y analizar los efectos sociales y comunicacionales que ejerce la internet en los estudiantes de Psicología de la UNHEVAL.</p>	<p>HE₃ Los estudiantes de psicología de la UNHEVAL asumen patrones sociales y culturales que responden a otras realidades y modifican sus formas de comunicación producto de la internet.</p>			
<p>PE₄ ¿Cuál es la perspectiva de los estudiantes de psicología hacia la internet?</p>	<p>OE₄ Conocer y proyectar la perspectiva de los estudiantes de psicología hacia la internet</p>	<p>HE₄ La perspectiva hacia el uso de la internet por parte de los estudiantes de psicología de la UNHEVAL es cada vez mayor, sobre todo a nivel de las denominadas redes sociales.</p>			



ACTA DE EXAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad universitaria de Cayhuayna, a los 04 días del mes de Noviembre del año dos mil dieciséis, a horas 10:00 reunidos en el aula 102 del Pabellón 01 (Sala de Grados) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán"-Huánuco, los miembros del Jurado Calificador conformado por los siguientes docentes:

- 1.- Mg. Fanny Lourdes Orbegoso Fernán PRESIDENTE
- 2.- Mg. Jean Paul Berrospi Noriu SECRETARIO
- 3.- Mg. Mario Sulomon Aguilar Bri VOCAL

Nombrados mediante Resolución N° 0151-2016-UNHEVAL-FCS-DI de fecha 23.May.2016, para evaluar la sustentación de Tesis titulada "EFECTOS SOCIALES Y COMUNICACIONALES DE LA INTERNET EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNHEVAL.HUÁNUCO 2015" para optar el Título Profesional de Licenciado del (a) (los) Bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social **Alex Jimmy CRUZ HINOSTROZA, Alejandro José GIL SAMAME y Alex Yuriko SAN MARTIN ORTIZ.**

Para proceder en lo siguiente:

Según el Reglamento de Grados y Títulos. **CAPÍTULO VI DEL ACTO PÚBLICO, Art. 31°** señala: La sustentación se efectuará en acto público, el día y lugar previamente señalados en la correspondiente resolución. En dicho acto participará en forma obligatoria el Asesor de Tesis, con derecho a voz; el (los) sustentante (s) deberá (n) exponer oralmente el contenido de la referida tesis y absolver las preguntas que les formulen los miembros del Jurado. Las Actas de sustentación deberán ser llenadas y firmadas por los miembros del Jurado y entregadas por el Secretario del Jurado a la Secretaría del Decanato, juntamente con los ejemplares de la Tesis. Y en el **Art. 32°** Independientemente que la tesis fuera de elaboración individual o colectiva, el Jurado evaluará y calificará a cada tesista por separado. Para ser aprobado el sustentante deberá tener nota aprobatoria mínima de catorce (14) del promedio de los miembros del Jurado. Los promedios de trece (13) hacia abajo se consideran DESAPROBADO con el calificativo DEFICIENTE. De catorce hasta dieciséis, APROBADO, con el calificativo de BUENO. Las notas promedio de diecisiete y dieciocho se califican MUY BUENO; y con el calificativo de EXCELENTE las notas promedio de diecinueve y veinte.

Se dio inicio a las 10:00 del día 04 de Noviembre de dos mil dieciséis.

Se Concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, el (la) aspirante Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social **Alex Jimmy CRUZ HINOSTROZA** obtuvo el siguiente resultado:

APROBADO CON EL CALIFICATIVO: 16 (Dieciséis).

DESAPROBADO CON EL CALIFICATIVO: —

Quedando el (la) aspirante Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social **Alex Jimmy CRUZ HINOSTROZA** con el resultado siguiente: Bueno

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 12:00 en fe de lo cual firmamos.


 PRESIDENTE


 SECRETARIO (A)


 VOCAL



ACTA DE EXAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad universitaria de Cayhuayna, a los 04 días del mes de noviembre del año dos mil dieciséis, a horas 10:00 reunidos en el aula 102 del Pabellón 01 (Sala de Grados) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán"-Huánuco, los miembros del Jurado Calificador conformado por los siguientes docentes:

- 1.- Mg. Fanny Orbegoso Fernandez PRESIDENTE
- 2.- Mg. Jean Paul Berrospi Noria SECRETARIO
- 3.- Mg. Mario Aguilar Pani VOCAL

Nombrados mediante Resolución N° 0151-2016-UNHEVAL-FCS-DI de fecha 23.May.2016, para evaluar la sustentación de Tesis titulada "EFECTOS SOCIALES Y COMUNICACIONALES DE LA INTERNET EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNHEVAL.HUÁNUCO 2015" para optar el Título Profesional de Licenciado del (a) (los) Bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social **Alex Jimmy CRUZ HINOSTROZA, Alejandro José GIL SAMAME y Alex Yuriko SAN MARTIN ORTIZ.**

Para proceder en lo siguiente:

Según el Reglamento de Grados y Títulos. **CAPÍTULO VI DEL ACTO PÚBLICO, Art. 31°** señala: La sustentación se efectuará en acto público, el día y lugar previamente señalados en la correspondiente resolución. En dicho acto participará en forma obligatoria el Asesor de Tesis, con derecho a voz; el (los) sustentante (s) deberá (n) exponer oralmente el contenido de la referida tesis y absolver las preguntas que les formulen los miembros del Jurado. Las Actas de sustentación deberán ser llenadas y firmadas por los miembros del Jurado y entregadas por el Secretario del Jurado a la Secretaría del Decanato, juntamente con los ejemplares de la Tesis. Y en el **Art. 32°** Independientemente que la tesis fuera de elaboración individual o colectiva, el Jurado evaluará y calificará a cada tesista por separado. Para ser aprobado el sustentante deberá tener nota aprobatoria mínima de catorce (14) del promedio de los miembros del Jurado. Los promedios de trece (13) hacia abajo se consideran DESAPROBADO con el calificativo DEFICIENTE. De catorce hasta dieciséis, APROBADO, con el calificativo de BUENO. Las notas promedio de diecisiete y dieciocho se califican MUY BUENO; y con el calificativo de EXCELENTE las notas promedio de diecinueve y veinte.

Se dio inicio a las 10:00 del día 04 de Noviembre de dos mil dieciséis.

Se Concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, el (la) aspirante Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social **Alejandro José GIL SAMAME** obtuvo el siguiente resultado:

APROBADO CON EL CALIFICATIVO:

16 (Dieciséis).

DESAPROBADO CON EL CALIFICATIVO:

Quedando el (la) aspirante Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social **Alejandro José GIL SAMAME** con el resultado siguiente: Bueno

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 12:00 en fe de lo cual firmamos.


PRESIDENTE


SECRETARIO (A)


VOCAL



ACTA DE EXAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad universitaria de Cayhuayna, a los 04 días del mes de Noviembre del año dos mil dieciséis, a horas 10:00 reunidos en el aula 102 del Pabellón 01 (Sala de Grados) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán"-Huánuco, los miembros del Jurado Calificador conformado por los siguientes docentes:

- 1.- Mg. Fanny L. Orbogoso Fernandez PRESIDENTE
- 2.- Mg. Jean Paul Berrospi Noria SECRETARIO
- 3.- Mg. Mario S. Aguilar Pavi VOCAL

Nombrados mediante Resolución N° 0151-2016-UNHEVAL-FCS-DI de fecha 23.May.2016, para evaluar la sustentación de Tesis titulada "EFECTOS SOCIALES Y COMUNICACIONALES DE LA INTERNET EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNHEVAL.HUÁNUCO 2015" para optar el Título Profesional de Licenciado del (a) (los) Bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social **Alex Jimmy CRUZ HINOSTROZA, Alejandro José GIL SAMAME y Alex Yuriko SAN MARTIN ORTIZ.**

Para proceder en lo siguiente:

Según el Reglamento de Grados y Títulos. **CAPÍTULO VI DEL ACTO PÚBLICO, Art. 31°** señala: La sustentación se efectuará en acto público, el día y lugar previamente señalados en la correspondiente resolución. En dicho acto participará en forma obligatoria el Asesor de Tesis, con derecho a voz; el (los) sustentante (s) deberá (n) exponer oralmente el contenido de la referida tesis y absolver las preguntas que les formulen los miembros del Jurado. Las Actas de sustentación deberán ser llenadas y firmadas por los miembros del Jurado y entregadas por el Secretario del Jurado a la Secretaría del Decanato, juntamente con los ejemplares de la Tesis. Y en el **Art. 32°** Independientemente que la tesis fuera de elaboración individual o colectiva, el Jurado evaluará y calificará a cada tesista por separado. Para ser aprobado el sustentante deberá tener nota aprobatoria mínima de catorce (14) del promedio de los miembros del Jurado. Los promedios de trece (13) hacia abajo se consideran DESAPROBADO con el calificativo DEFICIENTE. De catorce hasta dieciséis, APROBADO, con el calificativo de BUENO. Las notas promedio de diecisiete y dieciocho se califican MUY BUENO; y con el calificativo de EXCELENTE las notas promedio de diecinueve y veinte.

Se dio inicio a las 10:00 del día 04 de Noviembre de dos mil dieciséis.

Se Concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, el (la) aspirante Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social **Alex Yuriko SAN MARTIN ORTIZ** obtuvo el siguiente resultado:

APROBADO CON EL CALIFICATIVO:

16 (dieciséis)

DESAPROBADO CON EL CALIFICATIVO:

—

Quedando el (la) aspirante Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social **Alex Yuriko SAN MARTIN ORTIZ** con el resultado siguiente: Bueno

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 12:00 en fe de lo cual firmamos.

PRESIDENTE

SECRETARIO (A)

VOCAL