

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA



**RELACIÓN DEL PHUBBING Y LOS VALORES INTERPERSONALES EN
JÓVENES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNHEVAL –
HUÁNUCO-PERÚ-2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN PSICOLOGÍA**

TESISTAS:

Bach. Andrés Alfonso MIRAVAL CLAUDIO

Bach. Lucely Beatriz ROJAS YALI

ASESORA:

Psic. Elizabeth CHÁVEZ HUAMÁN

HUÁNUCO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA



TESIS

**RELACIÓN DEL PHUBBING Y LOS VALORES INTERPERSONALES EN
JÓVENES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNHEVAL –
HUÁNUCO-PERÚ-2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

TESISTAS:

Bach. Andrés Alfonso MIRAVAL CLAUDIO

Bach. Lucely Beatriz ROJAS YALI

ASESORA:

Psic. Elizabeth CHÁVEZ HUAMÁN

HUÁNUCO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A Dios: Por todas sus bendiciones, por ser nuestro Padre, por su amor incondicional, por iluminarnos al darnos sabiduría, inteligencia y entendimiento para hacer de nosotros mejores personas tanto en el ámbito personal como profesional.

A nuestros Padres: Le agradecemos porque son el pilar más importante en nuestra vida, por todo su amor y apoyo incondicional que siempre nos brindaron a lo largo de nuestra carrera, por todo el esfuerzo y lucha que hicieron para hacer de nosotros profesionales, por los buenos valores y principios que inculcaron en nosotros para ser personas de bien y exitosas. Los amamos.

A nuestros Hermanos: Por ser un apoyo incondicional, por todo el amor que nos brindan, por darnos ánimos y estar a nuestro lado en todo momento.

A nuestros Profesores: Docentes nombrados y contratados de nuestra facultad de psicología quienes nos brindaron sus enseñanzas durante nuestra etapa de formación y en especial a la Mg Loty Vergara Vásquez que en vida fue, por todo su apoyo incondicional a lo largo de nuestra carrera, por darnos ánimos, por todas las enseñanzas y la amistad que nos brindó.

A nuestra Asesora: Psic. Elizabeth Chávez Huamán por ser apoyo y guía durante todo el proceso de asesoría en el trabajo de tesis, por sus ánimos, entusiasmo que nos inspira a ser cada día mejores profesionales con valores y principios que nos inculcan un ejemplo de vida profesional y personal. Muchas gracias por todo.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios por ser nuestra guía espiritual en todo momento, por iluminarnos durante todos los años de nuestro largo caminar, porque desde que conocimos su amor sujetó nuestra mano muy fuerte, desde ese entonces ha sido nuestro gran amigo, gran compañero, cómplice, Padre, el que nos escucha en todo momento y a toda hora. Gracias Padre por todas las bendiciones derramadas en nosotros, Por hacer de nosotros personas de bien, por iluminarnos al darnos sabiduría y entendimiento para saber afrontar la vida diaria.

Agradecemos también a nuestros Padres:

Lucely Beatriz Rojas Yali:

- Hugo Rojas Shapiama.
- Carmen Rosa Yali Taquiri.

Andrés Alfonso Miraval Claudio:

- Rene Miraval Flores.
- Elisa Claudio Eulogio.

Por ser nuestro motor de vida, por ser nuestro pilar más fuerte, por todo su amor y apoyo incondicional que nos han brindado toda nuestra vida, por todo el esfuerzo y lucha que han hecho para darnos siempre la mejor educación, por inculcarnos buenos valores y principios que han hecho de nosotros personas exitosas tanto en el ámbito profesional como personal.

RESUMEN

El estudio titulado “Relación del Phubbing y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL-Huánuco – Perú 2019 tiene como finalidad contribuir con el avance de la Psicología y el bienestar psicosocial en la Facultad de Psicología , así mismo conocer la relación del Phubbing y los Valores Interpersonales en los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” ,la cual será importante para identificar y prevenir conductas desadaptativas que perjudiquen el desarrollo de los jóvenes

Para el desarrollo de la investigación se revisó los antecedentes previos al estudio, el marco teórico está construido con aportes teóricos de connotados autores que nos brindaron información fidedigna y relevante de nuestro tema.

En el estudio se recurrió a diversos métodos y procedimientos, tomando como población a los jóvenes estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, la investigación se basó en una población de 283 jóvenes, con un margen de error de 5 % y 95% de confianza, obteniendo una muestra de 163 jóvenes que estudian en esta institución.

Se utilizó la técnica de la encuesta, para lo cual se utilizaron la Escala de Phubbing y Cuestionario de valores interpersonales SIV los respectivos instrumentos, luego del procesamiento, interpretación, análisis y discusión de los datos, se concluyó que existe relación entre el Phubbing y los valores

interpersonales, dentro de la Facultad de Psicología ($r=0,19$), con un nivel de significancia 0,015 que es menor al nivel permitido de 0,05.

Con el nivel de phubbing en jóvenes de la Facultad de Psicología, se acepta la hipótesis nula 1, donde los niveles en sus tres dimensiones del phubbing son medios y no altos; los niveles de valores interpersonales en sus cuatro dimensiones presentaron niveles bajos (soporte, conformidad, reconocimiento, liderazgo) y con niveles altos (independencia y benevolencia); por lo que se acepta la hipótesis nula 2, es decir, los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología no se encuentran en un nivel medio.

En sus tres dimensiones: Ansiedad – Insomnio presenta una $r=0,185$, con un nivel de significancia 0,018 aceptando la H_{i3} , Relaciones Interpersonales presenta una $r= 0,135$ con un nivel de significancia de 0,085 aceptando la H_{o4} y Dependencia presenta una $r=0,17$ con un nivel de significancia 0,03 aceptando la hipótesis de investigación 5

Palabras claves: Phubbing y Valores Interpersonales

ABSTRACT

The study entitled "Relationship of Phubbing and Interpersonal Values in young people of the Faculty of Psychology of UNHEVAL- Huánuco - Peru 2019 aims to contribute to the advancement of psychology and psychosocial well-being in the Faculty of Psychology, as well as know the relationship of Phubbing and Interpersonal Values in young people of the Faculty of Psychology of the National University "Hermilio Valdizán", which will be important to identify and prevent unadaptive behaviors that harm the development of young people.

For the development of the investigation the antecedents to the study were reviewed, the theoretical framework is constructed with theoretical contributions of connoted authors who offered us reliable and relevant information of our topic.

In the study several methods and procedures were used, taking as population the young students of the Faculty of Psychology of the National University "Hermilio Valdizán", the investigation was based on a population of 283 young people, with a margin of error of 5% and 95% confidence, obtaining a sample of 163 young people who study in this institution.

We used the survey technique, for which we used the Phubbing Scale and Questionnaire of interpersonal values SIV the respective instruments, after processing, interpretation, analysis and discussion of the data, it was concluded that there is a relationship between Phubbing and interpersonal values, within

the Faculty of Psychology ($r=0.19$), with a level of significance 0.015 which is less than the permitted level of 0.05.

With the level of phubbing in young people of the Faculty of Psychology, the null hypothesis 1 is accepted, where the levels in its three dimensions of phubbing are medium and not high; the levels of interpersonal values in its four dimensions presented low levels (support, conformity, recognition, leadership) and with high levels (independence and benevolence); therefore, the null hypothesis 2 is accepted, that is to say, the interpersonal values in young people of the Faculty of Psychology are not in a medium level.

In its three dimensions: Anxiety - Insomnia presents a $r=0.185$, with a level of significance 0.018 accepting the H_1 , Interpersonal Relations presents a $r=0.135$ with a level of significance of 0.085 accepting the H_0 and Dependency presents a $r=0.17$ with a level of significance 0.03 accepting the hypothesis of research 5.

Keywords: Phubbing and Interpersonal Values

INTRODUCCIÓN

Bajo el título de “Relación del Phubbing y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL- Huánuco – Perú 2019 “ , la presente investigación tiene como propósito identificar y prevenir conductas desadaptativas que perjudiquen en el desarrollo psicosocial de los jóvenes , revelar problemas en jóvenes de la Facultad de Psicología de esta reconocida casa superior de estudios, a causa de la práctica del Phubbing de los jóvenes estudiantes de la Facultad de Psicología, consecuentemente repercutiría en los valores Interpersonales de todo los jóvenes estudiantes.

El objetivo principal de la investigación es determinar la relación entre el Phubbing y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL- Huánuco – Perú 2019, identificar los niveles de Phubbing y valores interpersonales, determinar la relación entre las dimensiones del phubbing (ansiedad – insomnio, relaciones interpersonales y dependencia) con valores interpersonales, a fin que se desarrollen estrategias y acciones, con el fin de solucionar los problemas que están afectando a la Psicología de los jóvenes estudiantes.

Esto lleva a plantear la hipótesis “existe relación significativa entre el phubbing y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL, 2019.

La investigación es correlacional, pues busca determinar qué relación existen entre las variables phubbing y valores interpersonales.

Indudablemente que, para comprender el fenómeno, interpretarlo y analizarlo, fue necesario el apoyo de diversas teorías de reconocidos autores que explican las variables del estudio, cuyos datos empíricos de la realidad estudiada, nos permitió determinar conclusiones adecuadas como fruto de la investigación.

Entre los principales indicadores del Phubbing se encuentran, la dependencia, Relaciones Interpersonales, Ansiedad – Insomnio que experimentan los jóvenes estudiantes. Todos estos indicadores que podrían estar relacionados con los valores interpersonales de Soporte, Conformidad, Reconocimiento, Independencia, Benevolencia, Liderazgo de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Por esta razón el estudio fue factible, pues se contó con los recursos materiales, económicos y financieros necesarios para su ejecución, de igual forma la investigación ha sido viable, puesto que contó con el respaldo social de los involucrados, es decir tanto de autoridades, estudiantes, como del personal administrativo, quienes colaboraron para su ejecución.

El primer capítulo está referido al Planteamiento del Problema , inicialmente se realizó una descripción de la situación problemática de la institución objeto de estudio, para luego formular el problema a investigar, siendo uno de los objetivos principales determinar la relación del Phubbing y los valores interpersonales de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la citada casa superior de estudios, posteriormente se justificó la

investigación y se elaboró las respectivas hipótesis que guían el estudio, para ello fue necesario realizar la operacionalización de las variables con sus respectivos indicadores, el tipo de investigación por la profundidad corresponde a un correlacional, su diseño es no experimental, por el tiempo de recolección de los datos transversal debido que la recolección de datos se realizó en un tiempo único.

En el segundo capítulo se aborda el Marco Teórico Conceptual, en primer lugar, se consigna información sobre los antecedentes de la investigación y los aportes que están relacionados a nuestra investigación, el cual es congruente a las teorías y conocimientos científicos sobre nuestro tema de investigación, habiéndose tenido en consideración los aportes de connotados y reconocidos autores que respaldan los datos empíricos encontrados durante el desarrollo de la investigación.

En el tercer capítulo se desarrolla el Marco Metodológico, habiéndose utilizado para la investigación la técnica de la encuesta y como instrumentos, los cuestionarios debidamente validados por expertos que le dan soporte a la recolección de datos, el tipo de muestreo utilizado es probabilístico, estableciéndose las respectivas estrategias conducentes a una óptima recolección y procesamiento de los datos.

En el capítulo cuarto se presentan los resultados de la investigación en tablas y figuras para una mejor visualización de los mismos, en ambos casos sobre las dos variables de estudio; finalmente, se consideran las conclusiones

a las cuales se arribó con la presente investigación, las mismas que guardan estrictamente relación con los objetivos trazados las respectivas sugerencias, bibliografía utilizada y los anexos correspondientes utilizados para desarrollar la investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCIÓN	x
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
1.1. Fundamentación del Problema.	22
1.2. Formulación Del Problema.....	25
1.3. Objetivos: Generales y específicos.....	26
1.3.1. Objetivo General.....	26
1.3.2. Objetivos Específicos:	26
1.4. Justificación e Importancia.....	27
1.5. Limitaciones.	29
CAPITULO II. MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....	30
2.1. Antecedentes.....	30
2.1.1. Internacionales.....	30
2.1.2. Nacionales	35
2.1.3. Locales.....	37
2.2. Fundamentación Teórica.	39

2.2.1. Antecedentes y definición del Phubbing	39
2.2.2. Celular o Smartphone.	42
2.2.3. Ventajas y Desventajas del Uso del Teléfono Celular	43
2.2.4. Situación del Dispositivo Móvil en la actualidad	46
2.2.5. Redes sociales y nuevos espacios de interacción a través del dispositivo móvil	48
2.2.6. Beneficios y perjuicios en el uso de dispositivo móvil.....	50
2.2.7. Adicciones y patologías vinculadas con el uso del dispositivo móvil.	53
2.2.8. Phubbing y repercusiones en las relaciones interpersonales.	56
2.2.9. Jóvenes y Comunicación.	58
2.2.10. Phubbing y comunicación interpersonal.....	62
2.2.11. Dependencia a la tecnología.	67
2.2.12. Perturba la Tecnología las relaciones Sociales y familiares	68
2.2.13. Pérdida de Control sobre la Conducta.	69
2.2.14. Infancia, Adolescencia y Juventud modificada	71
2.2.15. Ciberactivismo	72
2.2.16. Estrategia para superar las adicciones a la red.....	73
2.2.17. Tratamiento de la Adicción.	75
2.2.18. Visión Sociológica.....	77
2.2.19. Concepto de Valor	78
2.2.20. Características de los valores.....	82
2.2.21. Clasificación de los valores.	84
2.2.22. Jerarquía de los Valores.....	86

2.2.23. Teorías sobre la Formación de los Valores.....	87
2.2.24. Forma de aprender los Valores	96
2.2.25. Modelos más difundidos sobre la educación en Valores.....	101
2.2.26. Perspectivas orientadoras para la educación en valores.	103
2.2.27. Los riesgos de la educación en valores.....	106
2.2.28. Valores Interpersonales.	107
2.2.29. Factores de los Valores Interpersonales.	108
2.3. Definición Conceptual de las Variables.	113
2.4. Sistema de Variables – Dimensiones e Indicadores.....	114
2.4.1. Variables.....	114
2.4.2. Dimensiones e Indicadores	114
2.5. Definición Operacional de las Variables.....	117
2.6. Hipótesis	119
2.6.1. Hipótesis General:	119
2.6.2. Hipótesis Específicas:.....	119
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO	122
2.1. Nivel, Tipo de Investigación, Método De Investigación.....	122
2.1.1. Nivel de Investigación:.....	122
2.1.2. Tipo de Investigación:	122
2.1.3. Método de investigación:.....	122
2.2. Diseño De Investigación.....	123
2.3. Ámbito de la investigación.....	123

2.4. Población y Muestra.....	124
2.4.1. Población.....	124
2.4.2. Muestra.....	125
2.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos – Validez y Confiabilidad.....	127
2.6. Procedimientos de la recolección de la Información.....	129
2.7. Técnica de procesamiento de Datos.....	129
CAPITULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	130
4.1. Presentación de resultados.....	130
4.2. Verificación de hipótesis.....	142
4.3. Discusión de los resultados.....	148
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	151
5.1. Conclusiones.....	151
5.2. Sugerencias y recomendaciones.....	153
BIBLIOGRAFÍA.....	154
ANEXOS.....	160

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Operacionalización de variables</i>	118
Tabla 2 <i>Confiabilidad de la Escala de Phubbing por el Alfa de Cronbach</i>	128
Tabla 3. <i>Niveles del Phubbing en su dimensión “Ansiedad – Insomnio” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	130
Tabla 4: <i>Niveles del Phubbing en su dimensión “Relaciones Interpersonales” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	131
Tabla 5: <i>Niveles del Phubbing en su dimensión “Dependencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019 Phubbing - Dependencia</i>	133
Tabla 6: <i>Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Soporte” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	134
Tabla 7: <i>Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Conformidad” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	136
Tabla 8 <i>Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Reconocimiento” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	137

Tabla 9: <i>Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Independencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	138
Tabla 10: <i>Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Benevolencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	140
Tabla 11 <i>Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Liderazgo” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019</i>	141
Tabla 12 <i>Correlación del phubbing y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019</i>	143
Tabla 13 <i>Correlación de ansiedad - Insomnio y valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019</i>	145
Tabla 14 <i>Correlaciones de relaciones interpersonales y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019</i>	146
Tabla 15 <i>Correlación de dependencia y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019</i>	147

Índice de Figuras

Figura 1 Niveles del Phubbing en su dimensión “Ansiedad Insomnio” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019	130
Figura 2: Niveles del Phubbing en su dimensión “Relaciones interpersonales” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019	132
Figura 3: Niveles del Phubbing en su dimensión “Dependencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019 Nivel general de dependencia	133
Figura 4: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Soporte” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019	135
Figura 5: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Conformidad” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019	136
Figura 6: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Reconocimiento” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019	137
Figura 7: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Independencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019	139

Figura 8 Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Benevolencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019.....	140
Figura 9: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Liderazgo” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019	141

CAPITULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Fundamentación del Problema.

De acuerdo con el avance tecnológico que ha ocurrido durante el año 2007 con el nacimiento de los Smartphone o teléfono inteligente los jóvenes han adquirido un hábito obsesivo hacia estos teléfonos.

Guillaumin (2014), en su blog sobre phubbing menciona a Alex Heigh un joven de Australia quien ganó fama por haber acuñado el término Phubbing, formando a partir de las palabras en inglés phone (teléfono) y snubbing (ignorar), donde lanzó una campaña llamada Stop Phubbing con la que pretende crear conciencia sobre la dirección que han tomado las relaciones personales.

Escavy (2014), citado por Obregon (2015), en su tesis titulada “Phubbing y las relaciones interpersonales en adolescentes” define el phubbing como la manera de prestar más atención a un dispositivo capaz de recibir y enviar información, por medio del cual se puede tener relación entre personas donde acuden a la famosa red social que fácilmente se puede encontrar en internet; que a una persona física con la que se puede tener relación cara a cara, para establecer una conversación. El dispositivo denominado Smartphone, marcó una nueva era en la comunicación vía internet, porque las funciones son para poder comunicarse entre personas, cibernéticamente enviando videos,

fotografías, música, mensajes y a la vez mantener conversaciones con personas.
(p.8)

Por otro lado, los Valores Interpersonales son aquellos que implican relaciones de un individuo con los demás. Tal tipo de valores tiene una gran relevancia en el ajuste personal, social, familiar y profesional del individuo. Los principales son Estímulo, Conformidad, Reconocimiento, Independencia, Benevolencia, Liderazgo.

Gómez Aspiazú (1985), menciona según Gordon, que los valores son creencias firmes y duraderas, por las cuales una persona orienta su comportamiento en un determinado sentido.

Las actitudes negativas hacia una buena comunicación en las relaciones humanas generan cambios severos en la conducta de los individuos, debido a que crea murallas para las buenas intenciones que puedan existir para un desarrollo integral en la sociedad. Los avances tecnológicos son increíbles, pero el mal uso que le dan a la tecnología se ha convertido en un círculo vicioso dentro del entorno en el cual la mayoría de los adolescentes dejan de prestar atención al entorno y la persona que está junto a ellos se vuelve menos importante ya que para ellos es más importante subir fotos en Instagram el revisar cuantos likes obtienen; el revisar constantemente las publicaciones que se hacen en Facebook, el estar pendiente de las publicaciones o notificaciones en twitter, permite que el mundo virtual reemplace al real.

Con el uso a la tecnología se ha perdido el uso del lenguaje oral el cual se da a conocer o revela la forma de ser del individuo ante los demás, se reduce la incertidumbre que se tiene acerca de las otras personas, esto se hace gracias al intercambio de información sobre la persona con las demás por medio de las palabras.

Hoy en día los jóvenes prefieren comunicarse a través de mensajes de textos, y ya no se interesan por iniciar personalmente una comunicación donde se puedan tener relaciones interpersonales significativas; todos han hecho Phubbing en cualquier momento, pero realmente es frustrante el no darse cuenta de la realidad en la que se vive, el ignorar a la otra persona mientras ella dialoga es una gran falta de respeto hacia ella o él. El phubbing ha hecho que las relaciones familiares, interpersonales y sociales se hayan quebrantado, por lo que provoca un desequilibrio emocional, psicológico y social; a razón de eso se debe utilizar el teléfono inteligente con mucha responsabilidad.

Frente a esta problemática los jóvenes de nuestra provincia de Huánuco no son ajenos sino, más bien están formando parte de ello, siendo de gran preocupación la forma en que se está manejando esta problemática. De esta manera, se considera necesario realizar una investigación en la provincia de Huánuco donde se analice la relación entre Phubbing y los valores interpersonales en los jóvenes universitarios de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” Huánuco – Perú 2019.

1.2. Formulación Del Problema

Para el efecto de la investigación se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuál es la relación entre el Phubbing y los valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019?

Los problemas específicos son:

- a. ¿Cuáles son los niveles de Phubbing en sus tres dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019?
- b. ¿Cuáles son los niveles de Valores Interpersonales en sus 6 dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019?
- c. ¿Cuál es la relación entre la dimensión Ansiedad – Insomnio y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019?
- d. ¿Cuál es la relación entre la dimensión Relaciones Interpersonales y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019?

- e. ¿Cuál es la relación entre la dimensión Dependencia y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019?

1.3. Objetivos: Generales y específicos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación entre el Phubbing y los valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- a. Identificar los niveles de Phubbing en sus tres dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco - Perú, 2019.
- b. Identificar los niveles de Valores Interpersonales en su seis dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.
- c. Determinar la relación entre la dimensión Ansiedad - Insomnio y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.
- d. Determinar la relación entre la dimensión Relaciones Interpersonales y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

- e. Determinar la relación entre la dimensión Dependencia y los Valores Interpersonales en Jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

1.4. Justificación e Importancia

Un problema que se está haciendo cada vez más notorio en la sociedad son las adicciones psicológicas también conocida como adicciones sin sustancias, que tiene similitud en las características de una adicción con sustancia.

La presente investigación pretende brindar nuevos aportes y conocimientos, basadas en investigaciones públicas siendo un aporte para las investigaciones futuras, sin embargo, existe pocas las investigaciones encontradas sobre el phubbing la cual es causado por el uso excesivo del celular perjudicando las relaciones interpersonales, llegando a un grado de adicción al teléfono. Considerado como una adicción psicológica, no obstante, al encontrar pocas referencias e investigaciones y aún no ha sido reconocido como trastorno por los manuales de diagnóstico clínico y psiquiátrico (CIE-10) y el criterio de diagnóstico DSM-V

Esta investigación tiene como objetivo conocer el grado de relación del Phubbing y los valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, la cuál será importante para identificar y prevenir conductas desadaptativas que perjudiquen en el desarrollo de los jóvenes.

Respecto a los valores interpersonales es un tema que viene siendo difundido no hace más de dos décadas atrás; recientemente ha cobrado gran importancia puesto que más satisfactoria sea la percepción que tengan las personas de las relaciones interpersonales en su entorno, mayor será el porcentaje de comportamientos adecuados que ellos expresen hacia su relación interpersonal.

Consideramos que los valores interpersonales, son un aspecto muy importante en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” y en la Facultad de Psicología ya que funcionan no solo como medio para alcanzar objetivos en común, sino con un fin en sí mismo y en su formación profesional, los valores interpersonales se construyen a través de la permanente interacción de sus colaboradores.

Al respecto (Gordon, 1979), tiene un gran aporte al presente estudio al mencionar que los valores interpersonales son motivaciones que van a guiar el comportamiento humano y las relaciones sociales. Es de nuestro interés en investigar la relación del Phubbing y los valores interpersonales de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco, el estudio nos permitirá saber si es posible implementar programas enfocados en desarrollar favorablemente dichas relaciones, para de esta manera poder contribuir a una mejor percepción de los valores interpersonales dentro y fuera de la institución, con el fin de optimizar el desarrollo de los valores interpersonales y la concientización sobre el riesgo del Phubbing .

La presente investigación se justifica por constituir un aporte en la Psicología Clínica y Social; en este sentido mencionaremos los indicadores del Phubbing y los valores interpersonales. Es así como la presente investigación es relevante, pues pretende detectar el Phubbing y la relación con los valores interpersonales percibido y experimentado por los jóvenes universitarios de la facultad de psicología seleccionados como muestra, porque en la medida que se compruebe Phubbing y deficiencia en los valores interpersonales, entonces, estaremos en condiciones de proponer alternativas de solución frente a la problemática.

1.5. Limitaciones.

Nuestra investigación presentó las siguientes limitaciones:

1. Existió dificultad en algunos docentes que cedieron algunos minutos de su tiempo para la realización del cuestionario en las aulas de la facultad de Psicología; sin embargo, se realizó una solicitud para obtener un permiso por parte de la Dirección Administrativa de la Facultad.
2. Existió dificultades en los alumnos ya que se encontraban en exámenes finales o en otras actividades programadas por lo que la prueba psicométrica se programó en diferentes días y horarios de lo esperado, no obstante, se llegó a efectuar la investigación.

CAPITULO II.

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacionales

- Alvarado Campos, Cárdenas Pocasangre, & Ricardo Martínez (2014), en su tesis de grado titulado “*El impacto del Phubbing como brecha en las comunicaciones y relaciones interpersonales de la generación Y*” tiene como objetivo estudiar el impacto del Phubbing en el comportamiento de las personas en cuanto a la comunicación y relación interpersonal con los demás. Esta investigación, se desarrolló en tres municipios del Salvador, los cuales fueron San Salvador, Antiguo Cuscatlán y Gonzáles y Santa Tecla. Para ello se eligieron centros comerciales y lugares públicos. El proceso de observación se hizo de manera aleatoria. Por su finalidad, la investigación es de tipo aplicada porque busca la aplicación de los conocimientos que se obtengan sobre el Phubbing en la parte básica de la investigación, sin embargo, también está clasificada en otros tipos de investigación, por ejemplo, por su objetivo la investigación es de tipo descriptiva; por su carácter es de tipo cualitativa; por su entorno es un estudio de campo; por su alcance es de tipo exploratorio. Como conclusión de esta investigación se dice que el Phubbing es un fenómeno que afecta tanto a las relaciones personales como el desempeño en la vida cotidiana, el

mal uso de los teléfonos inteligentes convierte a una herramienta en una barrera para la socialización, se determinó de igual manera, que las personas optan en utilizar sus teléfonos inteligentes para desconectarse de una situación incómoda, conectándose a los dispositivos móviles y a la diversidad de información y personas que pueden encontrar dentro de ella. Finalmente, concluyen que el Phubbing afecta a la generación Y, aunque ellos no hayan nacido dentro de esa etapa tecnológica, se han ido adaptando poco a poco para no quedarse atrás.

- Obregón Soto (2015), en su investigación "*Phubbing y las relaciones interpersonales en adolescentes (Estudio realizado en el colegio Rodolfo Robles, Quetzaltenango)*". Determinó que si no se le informa a los padres de familia sobre el tema del phubbing, pueda que en un futuro genere una separación familiar y social dentro de su entorno, Se establece que el phubbing no solo afecta las relaciones interpersonales en adolescentes sino que también pueda venir a perjudicar en las relaciones adultas, llegando a la conclusión de que si no se le informa a los adolescentes sobre la problemática de este tema actual, en un futuro pueda venir a afectar en sus relaciones interpersonales provocando así daños psicosociales severos dentro de su entorno familiar y social.

- Capilla Garrido (2015), en su tesis de maestría: *“Phubbing: conectados a la red y desconectados de la realidad. Un análisis en relación al bienestar psicológico.”* tiene como objetivo analizar en qué medida el uso problemático de los teléfonos móviles repercute en el bienestar psicológico de los jóvenes universitarios de la Comunidad Autónoma de Extremadura, concretamente la ciudad de Badajoz-España. El diseño de esta investigación viene impuesto por las propias características del estudio, puesto que se recoge información sobre un aspecto de la realidad, siguiendo una metodología cuantitativa-descriptiva: de encuesta. La población de referencia de este estudio es el alumnado universitario del grado de Ingeniería Electrónica y Automática y, grado en Educación infantil y primaria, ambos de la Comunidad Autónoma de Extremadura. La muestra quedó formada por 123 participantes, de los cuales 43 son hombres y 81 son mujeres cuyas edades oscilan entre los 19 y 29 años de edad. Como conclusión de este trabajo se determinó que el dispositivo móvil es un objeto deseado en la adolescencia y, de hecho, el 99% de los adolescentes sobre los que se ha realizado el estudio tienen Smartphone, frente a un 1% que utiliza teléfono convencional, en este sentido, se resalta que se trata de un estudio cuya finalidad es profundizar en el conocimiento de una de las conductas más características de la adolescencia en la actualidad, como es el uso de dispositivos móviles.

- López Herrero (2015), en su trabajo de doctorado *“Diseño, implementación y evaluación de un programa de intervención educativa para la prevención de trastornos derivados del uso de las tecnologías en ESO”* tiene como objetivo generar e implementar que permita abordar de manera eficiente y holística la integración educativa de las tecnologías de la información y de la comunicación en la ESO, y que responda a las necesidades contextualizadas de los riesgos derivados del uso de las tecnologías y la prevención de los mismos.

El proyecto se desarrolló en el IES infanta Elena de la localidad de Jumilla (Murcia) en dos cursos escolares. Para el desarrollo de esta investigación se implementó un método de tipo experimental dejando como conclusión en la adolescencia temprana se pasa más tiempo en internet y usando video juegos que en cualquier otra etapa de la vida y los jóvenes presentan una mayor adicción en comparación a otros grupos de edad. Por tanto, los esfuerzos de prevención deben dirigirse a los adolescentes y pre adolescentes por tener sus primeras experiencias con comportamientos potencialmente adictivos.

- Sánchez Vargas (2017), en su tesis de maestría *“El phubbing y las relaciones interpersonales en los estudiantes de secundaria de la institución educativa “San Alberto Magno” de Moniquirá, Boyacá, Colombia – 2017”*. La investigación tiene como finalidad determinar

cuál es la relación entre el Phubbing y las relaciones interpersonales en los estudiantes de secundaria de la institución educativa “San Alberto Magno” de Moniquirá-Boyacá, El contenido de la tesis fue elaborada en base a dos variables: el Phubbing y las relaciones interpersonales en los estudiantes. La investigación es de tipo correlacional, como medios para la recolección de información se utilizaron, 2 cuestionarios y la observación directa a 72 estudiantes cuyas edades oscilan entre los 11 y 17 años; para organizar y procesar los datos se utilizó la herramienta informática SPSS Statistics versión 22.1. Al desarrollar la investigación se comprobó que el 68,10% de los estudiantes con nivel alto de Phubbing tiene un bajo nivel de relaciones interpersonales, en cuanto al uso del celular se encontró que el 65,3% que tienen un alto nivel de uso de este dispositivo tienen un nivel bajo en las relaciones interpersonales; Por tanto, con la siguiente investigación se puede concluir que existe una alta correlación negativa entre el phubbing y las relaciones interpersonales de los estudiantes determinado por la prueba Rho de Spearman = $-,708$ y un P-valor = $0,00$; lo anterior indica que existe un gran impacto en las relaciones sociales debido al uso de dispositivos digitales, esta situación genera problemas sociales relacionados con: la comunicación, el contacto físico entre los estudiantes, las conversaciones frente a frente; y a la vez se transgreden elementos esenciales para la comunicación.

- Yax Morales (2018), en su tesis de grado “Phubbing y Habilidades Sociales”, el objetivo fue medir el nivel de phubbing y por otra parte identificar el nivel de las habilidades sociales que poseen los estudiantes de Tercero Básico del Colegio Pedro de Bethancourt del Totoncapán. La investigación fue de tipo descriptivo cuantitativo, para su efecto se utilizó una escala de Likert para determinar el nivel de phubbing, y la escala de habilidades sociales (EHS) para identificar la capacidad de la habilidad social que poseen los adolescentes y como es su interacción social. Se concluyó que los estudiantes practican phubbing en diferentes contextos y en habilidades sociales poseen un nivel bajo, por lo cual se recomienda brindar información adecuada y estrategias que contribuyan a la disminución de la práctica del phubbing y actividades que propicien el fortalecimiento de las habilidades sociales.

2.1.2. Nacionales

- Gonzales Fernandez & Leyva Carpio (2011), en su investigación “Valores interpersonales y su relación con la adaptación de conducta en alumnos de secundaria” Chiclayo – Perú. De tipo descriptivo correlacional en estudiantes del 3° grado de secundaria, donde se utilizó el cuestionario de valores interpersonales SIV de Leonard Gordon (1977), en una muestra de 120 alumnos de 14 a 17 años. Se encontró que existe relación directa moderada para

conformidad($r=0,395^{**}$) y benevolencia ($r=0.05$) así mismo se obtuvo en el indicador liderazgo un nivel alto (45%), en el indicador soporte un nivel bajo (34.2%).

- Santamaría Jimenez (2011), en su investigación “Habilidades sociales y Valores Interpersonales en alumnos del 5to del nivel secundario de la I.E N°10042 Monseñor Juan Tomis Stack - Chiclayo” donde se utilizó el Cuestionario de Valores Interpersonales SIV de Leonard Gordon, en una muestra de 75 alumnos entre 15 y 17 años. Se encontró relación altamente significativa entre las variables, así como en el nivel soporte un nivel alto (40.31%), conformidad un nivel alto (41.8%), reconocimiento un nivel alto (43.1%), independencia un nivel alto (35.8%), benevolencia un nivel alto (38.8%) y liderazgo un nivel alto (37.3%).
- Chávez Silva & Pérez Gallo (2012), en su investigación “Estilos de Crianza y Valores Interpersonales en los estudiantes de secundaria Chiclayo”, realizaron un estudio de tipo descriptivo correlacional en estudiantes de 4to y 5to de secundaria, donde se utilizó el cuestionario de valores interpersonales SIV de Leonard Gordon, en una muestra de 144 alumnos de 14 a 17 años. Concluyeron que existe relación altamente significativa entre las escalas de estilos de crianza y valores interpersonales ($P<0.05$), lo cual indica que se acepta las hipótesis planteadas.

- Leon Tisnado (2012), en su investigación “Valores Interpersonales y su relación con el Clima Social Familiar en los alumnos del nivel secundario” Pimentel – Perú. De tipo descriptivo correlacional en estudiantes de cuarto grado de secundaria de una institución educativa de Íllimo. Se utilizó el cuestionario de Valores Interpersonales SIV de Leonard Gordon y la escala de Clima Social Familiar de R.H Moos y E. J. Tricket, en donde se halló que en el valor soporte se obtuvo un nivel medio (37.8%), en el valor conformidad un nivel medio (41.1%), reconocimiento un nivel bajo (45.6%), independencia un nivel bajo (44.4%), benevolencia un nivel alto (40%) y liderazgo un nivel alto (36.7%).

2.1.3. Locales

- Campos C.(2009), en su investigación “Estilos de vida y los Valores Interpersonales según la personalidad”, en jóvenes del departamento de Huánuco, utilizando el Cuestionario BFQ “Big Five”, el cuestionario de Valores Interpersonales de Gordon en una muestra conformada por 374 jóvenes de ambos sexos entre 18 a 25 años. Se encontró que sólo en el 30% hay diferencias significativas, en tanto que en el 70% no las hay, razón por la cual se afirma que los valores interpersonales no están determinados por los factores de la personalidad, ya que al no encontrar determinadamente diferencias

significativas implica que los valores interpersonales son de naturaleza sociocultural productos del aprendizaje.

- Cotrina Santillan & Miguel Mendoza (2016), en su tesis; “Programa CREA VI para el desarrollo de valores interpersonales en los alumnos del turno tarde del 4° y 5° grado del colegio Rósulo Soto Carrillo”, plantearon como objetivo general determinar los efectos del programa CREA VI para el desarrollo de los valores interpersonales de los alumnos de secundaria turno tarde del 4° y 5° grado de la I.E. Rósulo Soto Carrillo, obteniendo como resultado una influencia significativa del programa CRAVI al incremento de desarrollo de valores interpersonales.
- Vela Ramirez (2018), en su tesis “Creencias irracionales y valores interpersonales en estudiantes del 5to de secundaria del colegio integrado privado Augusto Cardich Loarte, 2016” planteando como objetivo establecer la relación entre las creencias irracionales y valores interpersonales en los estudiantes, su trabajo de investigación concluyó en la existencia positiva, directa y significativa entre sus variables de estudio, con una correlación de Pearson $r=0.772$, siendo así, que a mayor creencia irracional menor es la presencia de valores interpersonales.

2.2. Fundamentación Teórica.

2.2.1. Antecedentes y definición del Phubbing

Analizando históricamente la aparición y desarrollo del término phubbing, fue en el año 2012 cuando “el diccionario australiano Macquaire inició una campaña de promoción a nivel mundial para que la población reconociera el concepto, sobre todo su composición etimológica que proviene de la combinación phone (teléfono) y snubbing (hacer un desprecio)” (Sartori, 2012, pág. 12).

El término Phubbing fue formado por las palabras inglesas “phone” (teléfono) y “snubbing” (despreciar). Se inició hacia el año 2012 gracias a la agencia de publicidad McCann en Melbourne. Esta expresión fue creada en la Universidad de Sydney por expertos en fonética, lexicología, debates, poesías y especialistas en realizar crucigramas que acuñaron un neologismo para descubrir este comportamiento, de ignorar a alguien en favor de su dispositivo móvil.

Escavy (2014) define phubbing, como la manera de prestar más atención a un dispositivo capaz de recibir y enviar información, por medio del cual se puede tener relación entre personas donde acuden a la famosa red social que fácilmente se puede encontrar en internet; que a una persona física con la que se puede tener relación cara a cara, para establecer una conversación.

El dispositivo denominado Smartphone, marcó una nueva era en la comunicación vía internet, porque las funciones son para poder comunicarse

entre personas, cibernéticamente enviado videos, fotografías, música, mensajes y a la vez mantener conversaciones con personas.

La palabra phubbing, se deriva del termino formado por las palabras inglesas, phone, teléfono, y snubbing, desprecio, lo cual unido consiste en no prestar atención a la persona o personas que acompañan y darle más interés al móvil, en donde se ignora totalmente a los acompañantes y les demuestran poco interés, se plantea que el 66,8% de los españoles afirma provocar esta situación con su Smartphone en algún momento cuando se trata de asuntos importantes.

Los Smartphone se han convertido en la herramienta de comunicación social más utilizada, no solo para interactuar con amigos y conocidos a través de internet, sino también como sustituto de otras herramientas como despertadores, mp3 o cámaras fotográficas; es normal que a medida que los cambios sociológicos evolucionan, el comportamiento humano se modifica.

Bellucci (2014) define el término al hecho de restar importancia a quien se encuentra alrededor y estar pendiente del dispositivo telefónico. La terminología está compuesta por las palabras inglesa *phone* teléfono y *snubbing*, desprecio, se refiere al hecho de no prestar atención a quien acompaña. El concepto hace referencia a una nueva dependencia, desvalorar a quien está sentado alrededor por estar pendiente del dispositivo.

Fischman (2012) el phubbing corresponde al “hecho o situación mediante el cual una persona deja de prestar atención a sus semejantes y el

entorno que los rodea por estar utilizando su teléfono inteligente, Tablet, notebook o cualquier otro artefacto digital que tenga acceso a internet”

En definitiva, el phubbing describe el comportamiento social de las personas que han sucumbido ante los atractivos y recursos que el internet, ciberespacio, redes sociales, ofrecen a la comunidad, generándose una adicción extrema por pasar el tiempo en un mundo virtual, donde existe la posibilidad de escapar de la realidad y crear una nueva identidad.

Este comportamiento característico de la población actual sigue creciendo y convirtiéndose en un verdadero de implicaciones sociales, a alterar la capacidad de interactuar de los individuos. Con su presencia, varios estudios han comprobado lo altamente nocivo de su presencia, al provocar daños en psiquis de quien lo adopta como forma de vida. Es tal el nivel de influencia del phubbing que se considera una de las principales causas de divorcios, separaciones familiares, depresión, bullying y sedentarismo.

El phubbing, en resumen, es un término nuevo que busca definir la relación y efectos del apego de la sociedad hacia las nuevas tecnologías, especialmente a las redes sociales, dispositivos móviles, ciberespacio, etc. A pesar de tratarse de un fenómeno que se encuentra en estudio, las implicaciones sociales identificadas son diversas y negativas.

2.2.2. Celular o Smartphone.

La tecnología es importante para los seres humanos porque ha ayudado a renovar y facilitar el trabajo de la sociedad, ahorrando distancia y economía sin importar género, religión ni edad.

Uno de los más grandes inventos creados por el hombre es el celular. Este aparato tecnológico, fue creado por el estadounidense Martin Cooper en el año 1973 y que luego superviso los trabajos para su aparición comercial en 1983.

El celular se ha convertido en el artefacto más popular de la historia, en la investigación de Weezel y Benavides (2009) se encontró que el crecimiento de la telefonía móvil en el mundo tuvo un gran incremento. En el 2002 había 1.150 millones de suscriptores y la cifra se triplicó en 2008, superando los 4.000 millones. Lo que significaría que alrededor de un 60 % de la población del mundo cuenta con un teléfono celular. (citado en Sánchez Vargas 201), pág. 35)

Pero un estudio más reciente, publicado por la Unión Internacional de telecomunicaciones (2013) asegura que la tecnología móvil ha sido la tecnología de más rápido desarrollo de la historia y se estima más de un móvil por cada habitante del planeta, superando los siete mil millones.

El celular tuvo una evolución muy grande, donde dejo de convertirse en un dispositivo cuya única finalidad era comunicarse y hablar con personas que

no estaban cerca y se transformó en una herramienta multimedia que ahora presta innumerables servicios y aplicaciones.

Esta gran variedad de funciones tan evolucionadas, que demandan conexión de datos para retroalimentarse dio lugar en 1993, a un nuevo concepto de teléfono móvil conocido como “teléfonos inteligentes” o “Smartphones”, Según Jiménez (2014) la enciclopedia de informática y tecnología (2009) se describe el Smartphone como: “un teléfono que no solo proporciona al usuario servicios de comunicación, sino que también pone a su disposición servicios de información, web y entretenimiento”. Y por supuesto, lo que resulta más significativo es la ubicuidad y su capacidad de facilitar la comunicación desde cualquier lugar del mundo.

2.2.3. Ventajas y Desventajas del Uso del Teléfono Celular

Si bien el celular es una de las bendiciones del siglo XXI, debido a su efectividad por acercar a los seres humanos con sus seres queridos creando vínculos en las relaciones personales con las personas que están lejos, aportando a la civilización y haciendo la vida un poco más fácil, también se debe reconocer, que muchos inconvenientes se han desencadenado debido al mal uso que se le ha dado ha esta herramienta tecnológica.

Ventajas

- **Comunicación de Emergencia:**

El teléfono móvil ofrece la posibilidad de comunicarnos desde cualquier lugar y en cualquier momento, permite una comunicación

directa y fluida que en momentos de emergencia no solo facilita las cosas, sino que también ahorra tiempo y acorta distancias.

- **Conexión a Internet:**

Los móviles ahora poseen servicios de alta tecnología, y entre los más solicitados se encuentra la conexión a Internet, con ello surge la posibilidad de conectarse a la red desde cualquier lugar sin necesidad de poseer una PC o laptop, y de este modo resolver necesidades de información o comunicación al tiempo que se solicitan.

- **Mensajes Multimedia (MMS):**

Los mensajes multimedia funcionan como los mensajes de texto, con la ventaja de poder transmitir archivos de datos, música, videos e imágenes. Estas, entre otras, hacen del celular un dispositivo multifuncional que por su bajo costo goza de gran popularidad, y que inevitablemente ha cambiado hábitos como seres socialmente activos.

- **Ayuda Didáctica y Pedagógica:**

Los docentes pueden dejar de ver el celular como el enemigo de la clase y tomarlo como una herramienta pedagógica, donde los estudiantes pueden usarlo como fotocopia, tomando una foto a las guías cuando los colegios no cuentan con los recursos necesarios para brindar las copias, también se puede tomar como fuente de investigación e incluso utilizar los grupos sociales como el WhatsApp como fuente de estrategias didácticas para implementar diferentes

actividades en la clase. Todo depende de la manera como se establezcan las reglas y se manejen dentro del salón de clase.

Desventajas

- **Dependencia:**

Es importante mencionar que el fenómeno, de la dependencia a la telefonía celular viene de unos años atrás. Ya que este surge en primera instancia como un medio de resolver necesidades básicas de comunicación a distancia, de una manera práctica, sin embargo, en la actualidad el celular se ha transformado en un objeto indispensable en la vida diaria de los seres humanos, y de la cual ya dependen en todo tipo de actividad.

- **Interrupción en Período de Clase:**

El teléfono celular de los alumnos constituye un distractor al momento de impartir una clase, debido a que ya se ha hecho común que los móviles de los alumnos suenen a media clase, o que se les descubra haciendo uso de alguna de sus diversas funciones, ocasionando que el proceso de enseñanza aprendizaje se vea interrumpido y no se aproveche al máximo.

- **Entorno Social:**

La dependencia de los jóvenes hacia el teléfono móvil no solamente se ve reflejada en los problemas surgidos por el uso en las aulas académicas, sino además en la vida diaria ya que sin importar el lugar

a donde se dirijan siempre están pendientes de dicho aparato, dejando así a un lado la convivencia con otras personas, a tal punto que muchos se aíslan de su familia o amigos para hacer uso del teléfono celular y no únicamente en cuanto a recibir o hacer llamadas se refiere sino que también para hacer uso de las diversas funciones que estos aparatos hoy día poseen, dichas funciones son las que hacen que los jóvenes usuarios se aíslen aún más ya que están siempre inmersos en el uso del celular.

- **Pérdida de Tiempo:**

Muchos de los usuarios utilizan el teléfono con moderación al principio, pero enseguida empieza a consumir más tiempo del que esperaban, a tal punto que se desconectan del mundo en el que viven y en vez de aprovechar su tiempo al máximo en actividades que lo ameriten lo pierden utilizando el teléfono descontroladamente.

El apego de los jóvenes al teléfono celular es tal que sus actividades diarias muchas veces se centran en dicho aparato, todo ello por las diversas funciones que los móviles poseen tales como: juegos, mensajes de texto, música, videos entre otras.

2.2.4. Situación del Dispositivo Móvil en la actualidad

En el análisis del phubbing como fenómeno de gran afectación social, los dispositivos móviles como teléfonos inteligentes, tablets, notebook, entre otros, cumplen un papel importante, al ser la forma empleada para conectarse al internet y acceder a las redes sociales y poder comunicarse con otras

personas de forma sencilla, teniendo acceso a nueva información, distracciones donde el individuo puede presentarse de la forma deseada, al no existir la interacción real.

El desarrollo tecnológico a nivel digital ha marcado “el cambio constate de los procesos comunicaciones de convencionales a virtuales y simultáneos, permitiendo la interacción múltiple con otras personas, superando las barreras que otros mecanismos de interacción social superan como la distancia, tiempo e intereses particulares” (Moreno, 2015, pág. 3).

Este afán de la población de mantenerse conectada al internet de forma permanente, define la demanda de teléfonos móviles de alta generación por parte de la mayor parte de usuarios. Cada vez es mayor el número de personas que centra todas sus actividades en el celular como organizador de actividades, alarma, cámara, reproductor de recursos digitales, mecanismo de consulta y sobre todo facilitador del intercambio de la información.

Con base en lo descrito, la estrecha relación que existe entre la sociedad y los teléfonos móviles, respecto a la necesidad de comunicarse y acceder a la información en cualquier momento del día. Son todas esas ventajas los factores decisivos para el apego de los usuarios a estos recursos, dando lugar al phubbing, con todas las implicaciones inmersas en este fenómeno como son el deterioro de las habilidades sociales, sedentarismo, afectaciones psíquicas, etc.

2.2.5. Redes sociales y nuevos espacios de interacción a través del dispositivo móvil

Una de las principales características de la época actual es la importancia que la sociedad otorga a la tecnología digital, al punto que muchas de las actividades cotidianas requieren para su ejecución de estas, especialmente para cumplir con los procesos comunicacionales, sean estos de tipo social, educativo, recreativo, comercial, informativo, promocional, etc.

Ante esta necesidad imperiosa de comunicarse y mantenerse siempre conectados a la red, surgen las redes sociales como señalan “Rainie y Wellman, vivimos una revolución triple; los individuos están ahora interconectados a través de redes, el nuevo sistema operativo social; su plataforma de contacto es internet; y pueden acceder a ella en todo momento y lugar, gracias a la comunicación móvil” (Serrano-Puche, 2013, pág. 5).

Aunque habitualmente a las tecnologías digitales se les denomine tecnologías de la información y la comunicación (TIC), es una visión reduccionista, pues –apunta Reig (2012)– la apropiación que de ellas hacen las personas, las convierten también en tecnologías del aprendizaje y el conocimiento (TAC) y en tecnologías para el empoderamiento y la participación (TEP). Todo ello confluye en la configuración de un nuevo ecosistema comunicativo, en el que emergen nuevas prácticas comunicativas y de interacción social. (Serrano-Puche, 2013, pág. 8).

Las nuevas tecnologías digitales han potenciado la interacción social, dentro de un nuevo espacio, donde las relaciones interpersonales están mediadas por la tecnología, especialmente por los teléfonos inteligentes y otros dispositivos móviles que permiten el acceso continuo a la red, logrando sustituir la comunicación interpersonal, perjudicando significativamente el desarrollo de las habilidades sociales, al ejecutarse en un entorno virtual, donde se considera que las identidades son falsas y engañosas.

Para varios analísticos interesados en el estudio del phubbing como un fenómeno de gran incidencia social, esta afirmación trasgrede los principios básicos de la humanidad, al no ser posible afirmar que el interactuar con una persona en tiempo y espacio real, nos garantiza confianza y fiabilidad, considerando que la naturaleza propia del hombre radica en el libre albedrío que posee para actuar, de acuerdo a sus necesidades y principios.

De hecho, esta libertad que ofrecen las nuevas tecnologías de acceder al internet y los recursos que el ciberespacio ofrece, las redes sociales son el atractivo que más cautiva a los usuarios, por ofrecer entre otras cosas, en la posibilidad de crear una realidad diferente, donde el usuario demuestra virtudes, cualidades y una amplia felicidad, aunque sea lo contrario.

Esta falsa búsqueda de la satisfacción personal que ofrecen las redes sociales ha cautivado a la mayor parte de la población, convirtiéndose en un verdadero problema, al evidenciarse cada vez el mayor apego de la humanidad por la tecnología, desestimando lo gratificante de interactuar en tiempo real,

demostrando respeto y afecto hacia quienes comparten el mismo espacio, tanto dentro del hogar, la oficina, entre otros.

2.2.6. Beneficios y perjuicios en el uso de dispositivo móvil

La constante evolución del mundo y los procesos que en él circunscriben ha demandado que todas las actividades se alineen, respondiendo a las nuevas necesidades de la población. Dentro de este contexto, la comunicación es el aspecto donde más cambios se evidencian, sobre todo por la inclusión de las nuevas tecnologías de la información y el apego que los usuarios sienten hacia el internet, ciberespacio, redes sociales, etc.

Con base en lo descrito, el uso de dispositivos móviles se ha convertido en un requisito indiscutible para mantenerse activo en el mundo de las comunicaciones y las relaciones sociales. Como se ha descrito con anterioridad el uso de este tipo de recursos no es del todo positivo y existen perjuicios serios que deben ser analizados para darles el uso más adecuado.

A continuación, se describen varios de los beneficios y perjuicios más representativos que se derivan del uso recurrente de los dispositivos móviles, al considerarse en una conducta de crecimiento permanente. Según Sánchez Herrera & Pintado Blanco, 2010, estos aspectos se definieron de acuerdo al nivel de influencia y relación que existe entre la necesidad del usuario de mantenerse conectado a la red para cumplir con actividades diversas. (citado por Hidalgo Cabrera, 2018, pág. 61)

Beneficios

- **Aprendizaje con interfaz interactivo:**

“El aprendizaje es uno de los aspectos que se ha visto beneficiado con el uso de los dispositivos móviles, al facilitar el acceso a nuevas herramientas y recursos interactivos, que resultan ser atractivos para los estudiantes” (Serrano-Puche, 2013, pág. 8).

- **Ecológico:**

Reduce el gasto de papel y otros materiales, reduciendo significativamente el daño al ambiente.

- **Desarrollo de habilidades tecnológicas:**

Ofrece a la población en general, la posibilidad de obtener información que le permita desarrollar habilidades y competencias tecnológicas requeridas por el mundo contemporáneo, dentro del ámbito social, profesional y educativo.

- **Acceso a nuevos contenidos:**

Definitivamente, el libre acceso a información de todo tipo es la ventaja más relevante, al facilitar la transmisión de contenidos de todo tipo, sin importar la distancia y requerir de una inversión significativa.

- **Monitoreo de actividades:**

Es tal la versatilidad de estos dispositivos que permite llevar a cualquier lugar las actividades. En el caso de empresarios o cualquier

profesional, permite llevar la oficina a cualquier lugar, facilitando las tareas de seguimiento y evaluación.

- **Prevención y educación tecnológica:**

“Dentro de este aspecto destaca la oportunidad de educar a las nuevas generaciones en el uso adecuado de estos dispositivos para prevenir situaciones de riesgo social como el bullying y las adicciones tecnológicas” (Hidalgo Cabrera, 2018, pág. 62)

Perjuicios

- **Incremento de accidentes de tránsito:**

La distracción que el uso de los dispositivos móviles genera sobre la población se ha convertido en una de las principales causas de accidentes de tránsito y laborales, al no encontrarse concentrado en el cumplimiento de las actividades encomendadas.

- **Falta de privacidad:**

“Al ofrecer acceso a la red, coloca en una situación de vulnerabilidad al usuario, en cuanto al manejo de información confidencial como claves de cuentas y tarjetas de crédito” (Sánchez Herrera & Pintado Blanco, 2010, págs. 121 - 125). A su vez, a través de las redes sociales muchos socializan datos que los convierten en objetivos atractivos para la delincuencia.

- **Afectaciones a la salud:**

El impacto de los dispositivos móviles sobre la salud varía desde la perspectiva de análisis, en términos generales debido a la radiación que emiten, se afirma pueden dañar tejidos causando cáncer, dolores de cabeza, pérdida de la memoria, problemas para dormir. Si se analiza desde el campo de la psicología, las afectaciones varían desde la depresión, adicciones, baja autoestima. Etc.

- **Deterioro de las habilidades y relaciones sociales:**

Al desarrollar cierto nivel de adicción hacia el uso del dispositivo móvil, el usuario o individuo inicia un proceso de aislamiento, sumergiéndose en una realidad virtual, donde en mucho de los casos, logra alejarse de los problemas o afecciones. De esta manera inicia el deterioro de las relaciones sociales, generando rupturas a nivel familiar, personal y laboral.

- **Sedentarismo:**

“El apego hacia los dispositivos móviles aleja a los individuos de la actividad física y la interacción natural con el medio” (Hidalgo Cabrera, 2018, pág. 63)

2.2.7. Adicciones y patologías vinculadas con el uso del dispositivo móvil.

Otro de los aspectos en estudio, respecto al uso de los dispositivos móviles y las nuevas tecnologías son las adicciones y patologías que se derivan de su mal manejo sobre el cerebro y la salud mental de la población. Dentro de

este contexto, las afectaciones de mayor relevancia e incidencia dentro de la sociedad contemporánea son las descritas por (Cobo, 2016, págs. 32-45) :

- **Síndrome de la llamada imaginaria:**

Ante el uso frecuente del dispositivo móvil, el cerebro asocia cualquier impulso receptado, con el sonido o ritmo de la vibración que genera una llamada o mensaje que no sucedió. Este fenómeno eleva los niveles de incertidumbre y nerviosismo.

- **Nomofobia:**

Describe a la angustia y nerviosismo que siente un usuario que ha desarrollado un alto nivel de apego hacia los dispositivos móviles, al no tener acceso a ellos y por consiguiente al internet, redes sociales, etc.

- **Cibermareo:**

Producto del uso recurrente de aplicaciones de realidad virtual, a través de los dispositivos móviles, el usuario experimenta mareos similares a los padecidos durante un viaje en cualquier medio de transporte.

- **Depresión:**

La depresión asociada a los dispositivos móviles está asociada al facebook, debido a los largos períodos que muchas personas pasan sumergidas en la realidad virtual que ofrece esta nueva interfaz,

analizando la vida de sus contactos, incurriendo en comparaciones, dando lugar a sentimientos de baja autoestima, envidia, ansiedad por vivir la aparente felicidad de otros.

- **Dependencia:**

El usuario desarrolla tal nivel de dependencia, que no poder acceder a las redes sociales a través de los dispositivos móviles, genera alteraciones serias en el estado de ánimo, afectando notablemente su normal desarrollo.

- **Cibercondria:**

Trastorno en el cual, el usuario se convence de padecer alguna enfermedad difundida por internet, a través de las redes sociales, por imágenes, documentos o videos. Al punto de empezar a sentirse mal, incluso con signos evidentes.

- **Efecto google:**

La libertad de navegar por el internet que ofrecen los dispositivos móviles y por consiguiente de acceder a la información en cualquier momento, debilita las funciones cerebrales relacionadas con la memoria. El individuo se siente tan seguro de su acceso a la red, que no siente la necesidad de recordar.

Es evidente que los dispositivos móviles han revolucionado el mundo, en todos los aspectos, trascendiendo el campo de la tecnología y la comunicación. Es así, que hoy se conoce que sus efectos son positivos y negativos, afectando la salud mental y física de los usuarios, convirtiéndose en una necesidad imperiosa, iniciar en actividades educativas que orienten a las nuevas generaciones, en la importancia de usar con responsabilidad estos aparatos.

2.2.8. Phubbing y repercusiones en las relaciones interpersonales.

Una vez identificada la naturaleza del término phubbing y todos los aspectos inmersos en su definición. Es evidente que las principales implicaciones de su presencia en la sociedad moderna, inciden en la destrucción de las relaciones interpersonales. De manera que la presencia de un móvil durante una conversación deteriora el ambiente, disminuyendo los niveles de confianza y la calidad del proceso comunicacional.

Alrededor del 70% de los participantes en un estudio sobre la influencia de las tecnologías en las relaciones de pareja, afirmaron que los ordenadores o los smartphones interferían de alguna manera en su convivencia. A mayor frecuencia de interferencia de las tecnologías, mayor repercusión en su bienestar (menos satisfacción con la relación, con la vida en general y más síntomas depresivos). (Mariano Chóliz, 2012, pág. 120)

Con lo expuesto es posible afirmar que el phubbing no es un fenómeno que se limita a espacios de interacción esporádicos, por el contrario, se trata de

un proceso que tiene lugar en todos los ambientes. Razón para ser considerado el enemigo principal de las relaciones interpersonales, afectando la calidad de vida de la población, repercutiendo en el establecimiento adecuado de las habilidades sociales.

Son estos desvíos de atención hacia el móvil por parte de los interlocutores, lo que disminuye la calidad de la comunicación, dando lugar al phubbing, alterando negativamente el intercambio social, restándole importancia al mensaje e intención del proceso comunicacional, incurriendo en el irrespeto hacia el o los acompañantes, afectando notablemente la consolidación de una relación, donde apremie el intercambio emocional y empático.

Debido a las necesidades de apego del ser humano, varios autores hipotetizan que para que se dé una relación de calidad la sola presencia de la pareja no basta, sino que se deben dar ciertos intercambios afectivos que deben ser recíprocos. Estos intercambios, conforme avanza el uso y presencia de los teléfonos inteligentes, pueden verse mermados. Por ello, debido a las interrupciones provocadas por el p-phubbing, las necesidades de apego y atención puede que no sean satisfechas de la misma manera en la que lo son sin la interferencia de determinadas tecnologías. (Macedo, 2016).

Es posible afirmar que el phubbing se ha convertido en el agente detractor de las relaciones interpersonales, describe como las nuevas tecnologías y especialmente los dispositivos móviles han logrado someter a la

población, en una realidad virtual, donde el contacto persona a persona no es necesario. Y se reemplaza por otro tipo de recursos como emoticones, imágenes, notas de audio, etc., desconociendo la importancia de sentir, escuchar, mirar y, sobre todo interactuar para construir relaciones sólidas con base a emociones, sentimientos empáticos reales que faciliten el establecimiento de un entorno de respeto.

2.2.9. Jóvenes y Comunicación.

El avance vertiginoso de los dispositivos móviles, que además han posibilitado el acceso a internet, ha beneficiado la evolución de la mensajería instantánea hasta el punto que aplicaciones como Whatsapp, mediante texto, audio y/o video, se han convertido en el principal medio para relacionarse entre los jóvenes, con la ventaja de aportar una comunicación más personal y bajo su propio dominio.

La inserción de los dispositivos móviles cambia la manera de vincularse socialmente, más aún entre adolescentes, que como explica (Muñoz Gonzales, 2006)

El celular era considerado en sus inicios un símbolo de estatus, asociado a la eficacia en el uso del tiempo de los hombres de negocios y a la organización de sus relaciones sociales. Ha pasado a convertirse en una herramienta para organizar la vida diaria. Para los jóvenes es: un objeto identitario, debido a su apariencia (look), a su marca, a su tamaño, a la imagen que proyecta (deportiva, de chico bien, de aventurero o de moda); una extensión de su cuerpo que llena

el vacío de sentido colectivo; un objeto personalizable y personalizado: con carácter y apariencia únicos, con accesorios renovados permanentemente, a la moda; un objeto lúdico, de ocio y diversión, para ‘matar el tiempo’ y jugar en red; un objeto igualitario (sirve por igual a chicos y chicas para ‘sentirse juntos’); un símbolo de la modernidad veloz e instantánea según (Muñoz Gonzales, 2006, págs. 312,313)

Más adelante plantea en su análisis:

Cuando lo adoptan los jóvenes lo convierten en una multi-mediación que, entre otras cosas facilita la comunicación, entendida como: mantener contacto con el grupo de referencia del colegio, del barrio, del vecindario (‘recibo llamadas, luego existo’); construir cierta independencia y autonomía personal (no es el teléfono de la casa y permite conservar la intimidad escapando de la tribu al cambiar el número de identificación); interactuar más democráticamente en el seno de las instituciones adultas (escuela, familia –la cual se recompone al menos virtualmente-); transmitir informaciones breves y expresivas más que conversar correctamente; gestionar la vida afectiva (incluso eróticamente) (Muñoz, 2006, pág. 153).

Así pues, los jóvenes observan los dispositivos como una extensión plena de su cuerpo, lo adaptan a sus espacios y no establecen diferencias entre los tiempos de uso del mismo, en este contexto, al no poder oponer trabajo y goce, no es adecuado que debemos seguir entendiendo la comunicación en la vida de los jóvenes desde esa falsa dicotomía que la reduce a tiempos dedicados

a la diversión, el entretenimiento o el ocio. Muñoz (2006) es puntual diciendo que “las nuevas subjetividades que los jóvenes construyen implican la independencia de la actividad productiva frente a la organización capitalista de la producción y el proceso de constitución de autonomía o ‘prácticas de sí’” (Muñoz, 2006, pág. 20)

La generación que avanza, integrada a la cibercultura ha entrado en circuitos globales incluso antes de haber formado una sensibilidad personal. Lévy (2007) asegura que: este acontecimiento se caracteriza por nuevas formas de socialización, de interacción y de percepción cognitiva, mediadas por repertorios tecnológicos que posibilitan la acción a distancia, la interactividad, la simulación, la integración de lenguajes orales, escritos y audiovisuales (Levy, 2007, pág. 10)

De acuerdo con esto encontramos en los jóvenes una serie de angustias, sufrimientos y patologías. Estas se manifiestan en los jóvenes que tienen acceso a este tipo de tecnologías, los cuales buscan alternativas, opciones y salidas a su desesperación y conflictos. Por lo mismo, estamos a puertas de encontrar generaciones de adultos inmersos en soledades, formando niños aún más solos, pues han sido desplazados por la tecnología móvil y la superficialidad de la red.

Siguiendo esta percepción Muñoz (2006) afirma que:

Las formas de juntarse que practican hoy los/las jóvenes proponen, a mi parecer, modos de reencantamiento del mundo, de devolverle su magia y

misterio, de liberarlo de la racionalización que introdujo la modernidad, auténtica venda que impide comprender sus ricas experiencias, sus rituales y nuevas mitologías [...]Para hacerlo, para introducir sentido en sus vidas, el recurso esencial es la música y las interacciones comunicativas mediadas tecnológicamente, las celebraciones colectivas en torno a sus ídolos, sus símbolos aparentemente triviales, pero capaces de conmoverlos, de rescatar las ansias de una vida plena, de permitir la superación de la soledad y de los miedos que rondan, así como la afirmación de sus fugaces alegrías. La producción y reproducción cultural articulada con la comunicación ocupan un lugar central, donde los/las jóvenes se plantan como actores sociales y donde definen sus subjetividades. (Muñoz, 2006, pág. 62)

Winocur (2006) analiza el vínculo fraterno que se genera entre las nuevas formas de comunicación y las tradicionalmente establecidas, como lo son la comunicación cara a cara o intrapersonal (reflexiones personales, a modo de monólogo), para lo cual concluye:

A pesar de la proliferación creciente de las redes y las comunidades virtuales, no hay elementos para pensar que reemplazarán los vínculos familiares, las relaciones amorosas o las formas de sociabilidad tradicionales. Más bien se ubican en la recreación ideal de espacios afectivos y recreativos que han entrado en crisis, o cubriendo aspectos que se muestran insatisfactorios. (Winocur, 2006, pág. 576).

La red sirve fundamentalmente para estar en contacto con los conocidos, con los cuales se tiene un fuerte vínculo afectivo que se construyó en el mundo real (parientes que viven lejos, amigos de la preparatoria, novios); o una relación cotidiana intensa como los compañeros de la universidad planteada a partir del trabajo en equipo, el intercambio de información o la socialización informática. (Winocur, 2006, pág. 577).

A pesar de todo esto, el uso excesivo de los dispositivos móviles es una práctica creciente, que para muchos implica un contacto directo con sus círculos afectivos cercanos, pero disminuye las opciones y oportunidades de entablar nuevas relaciones, que se basen en la empatía generada desde una escucha asertiva y respetuosa.

Por lo que, la reflexión debe situarse en el terreno del aumento de las posibilidades de comunicación e interacción; los jóvenes encuentran en las nuevas tecnologías de información y comunicación una nueva forma de establecer relaciones sociales con pares, con sujetos cercanos o lejanos en el espacio, con quienes interactúan y llegan a establecer vínculos más que duraderos. Si nuestra perspectiva es optimista, debemos ser capaces de ver en estas posibilidades la gestación de una nueva forma de organización social y cultural, que, con prácticas saludables, permitirá vínculos fraternos duraderos.

2.2.10. Phubbing y comunicación interpersonal

La era de la comunicación nos ha potenciado una increíble mejora en la transmisión y almacenamiento de la información: el mundo de la informática y

sus dispositivos móviles, ¿Nos ha potenciado todo esto la mejora de las relaciones interpersonales, medidas por nuestra capacidad de estar presentes unos a otros, de escucharnos; o de ayudarnos a auto explorar mejor o de facilitarnos las palabras que indican un significado más preciso? Se cree que no, sino todo lo contrario: cada vez encontramos más personas solas en medio del alboroto, de los ruidos y de esta tecnología de punta.

En este punto, Alemany (2013) manifiesta que:

cada vez encontramos más personas que no saben a quién expresar sus sentimientos: los del día a día y aquellos otros más importantes de los momentos cruciales. 1. La experiencia de escuchar y ser escuchado es un hecho conocido, que muy poca gente sabe escuchar de veras a otros. Y que cuando nos encontramos con esas pocas personas sentimos una sensación de alivio de ser escuchados, independientemente de que estén de acuerdo con nosotros o no. (Alemany, 2013, pág. 152)

Para hablar de comunicación móvil, es imprescindible relacionar la misma con la aparición y uso de los aparatos tecnológicos y cómo esta nueva relación acompaña en la vida cotidiana a las personas que la utilizan. Cada vez que surge un aparato tecnológico trae consigo formas de utilización que penetran en un contexto social determinado, estableciendo nuevas percepciones y modificando las formas de comunicación previamente utilizadas.

Estas nuevas formas de comunicación replantean además la dinámica del vínculo social “hoy interaccionamos con los medios de comunicación o a través de ellos con la sociedad y nuestros semejantes, pero también construimos o imaginamos con éstos nuestra realidad “explica Martínez citado en (Capilla Garrido, 2015, pág. 38)

Más adelante agrega:

Es habitual encontrarse en las cafeterías con grupos de jóvenes sentados a una mesa, sin mirarse entre sí y pendientes de la pantalla del dispositivo móvil que cada cual sostiene en sus manos, una costumbre ya denominada en puntos anteriores como Phubbing, un comportamiento que desvirtúa lo que debería ser una interrelación humana saludable y que ha puesto en guardia a sociólogos, psicólogos y psiquiatras por el peligro que entraña tanto para la salud mental individual como colectiva. (Capilla, 2015, pág. 38)

En buena medida, debido al factor facilitador de la movilidad, que introduce a través de los dispositivos móviles nuevos escenarios en el consumo cultural y mediático, las tecnologías digitales alcanzan un carácter ubicuo, permitiendo la conexión también durante los desplazamientos o en los tiempos de espera y posibilitando el desarrollo de una “privacidad nómada” en espacios públicos de interacción. Más aún, los propios dispositivos móviles suscitan el afecto de sus propietarios, generando en ellos una dependencia emocional respecto a sus teléfonos. Todo ello lo convierte en una “cuarta pantalla” de

creciente importancia, heredera y al mismo tiempo transformador de las pantallas precedentes: cine, TV y PC (pág. 38)

En muchas ocasiones, interactuar en redes sociales como Whatsapp o Facebook refuerza la comunicación de ciertas personas tímidas o con baja autoestima, pero no es menos cierto que también pueda incitarlas a rehuir de los contactos reales para contentarse con el anonimato de la virtualidad, situación más fácil de soportar que el esfuerzo que supone afrontar una relación real. (pág. 39)

La comunicación interpersonal, implica principalmente el escuchar al otro, pues de allí se recrean una serie de respuestas afectivas y sociales que promueven unas relaciones duraderas y efectivas. Al respecto, Rojas (2010) describe el escuchar como:

(...) una atención física a nuestra persona y una atención psicológica al contenido que expresamos; así como al tono emocional con el que lo expresamos. Sin la atención física postural se hace muy difícil la concentración necesaria para la atención psicológica; que es la que prestamos realmente cuando estamos escuchando a otro.

La “atención física” transmite nuestra buena disposición para estar presentes en la vida del otro y la “atención psicológica” (escuchar) nos permite captar y retener una serie de datos verbales y emocionales; que son el mensaje que el interlocutor nos quiere transmitir y que en un proceso normal de comunicación le devolveremos o por un continuo feedback o respondiendo a ese contenido o

reflejándolo verbatim (literalmente). Pero el otro, espera que su mensaje no sea distorsionado. Por ello, previo a cualquier respuesta empática, está el tratar de oír las palabras que allí se dicen y de escuchar el mundo referencial y emocional desde el que esas palabras tienen ese sentido particular, que se les quiere dar en el aquí y ahora de la relación.

Eso es lo que se trata de hacer fundamentalmente cuando hablamos de la importancia que tiene “saber escuchar”.

Al respecto Capilla sostiene frente a la pérdida paulatina de la capacidad de escuchar por el uso y abuso de los aparatos móviles:

La influencia del empleo de los dispositivos móviles ha desembocado en la pérdida de esta habilidad. Por una parte, mencionando a Turkle explica que esta fuerza ha modificado los hábitos de comportamiento de las personas, ahora somos escuchados pero no vistos, escribimos mientras hablamos y leemos cuando chateamos, pasamos horas juntos sin hacer contacto visual, intercambiando con las personas “me gustas” en vez de afecto, contribuyendo a un mayor aislamiento, escuchando a la persona que tenemos al lado mientras nuestras miradas se proyectan en la pantalla, propiciando así distracciones y malos modales en general. (Capilla, 2015, pág. 43)

Y es aquí, donde precisamente se hace indispensable resistir las distracciones; que son todas aquellas cosas que nos impiden estar realmente con el otro. Pueden ser externas, como los ruidos, llamadas de teléfono, desorden en la mesa. etc.; o internas, como sería el estar con la mente ocupada

en otros temas, en una preocupación, en un plan, etc. Una distracción muy habitual es estar pensando lo que le voy a decir al otro; pero como se hace como proceso simultáneo, estamos, así, impidiendo que realmente el mensaje del otro llegue con cierta objetividad hasta nosotros y resuene de forma que lo escuchemos y podamos posteriormente responderle adecuadamente. La mayoría de la gente pretende que “está escuchando” cuando de hecho, lo que sucede, es que están esperando para que termine de hablar su interlocutor para entonces decir ellos lo que estaban pensando. Y claramente, se volvió mucho más habitual, el prestar atención a todo tipo de dispositivo móvil, sin importar que eso interrumpa la comunicación cara a cara con nuestro interlocutor.

En definitiva, el nacimiento de cada nuevo medio informativo siempre ha suscitado al principio un debate entre entusiastas y escépticos, e internet no es una excepción (Muñoz, 2006, p.7). Pero es necesario superar ese debate controversial y conocer realmente y valorar de manera crítica y matizada el impacto de las tecnologías digitales, de sus oportunidades, retos y riesgos, para poder hacer un buen uso de ellas. (Capilla, 2015, pág. 44)

2.2.11. Dependencia a la tecnología.

Guerreschi (2007) explica que la humanidad global de hoy, está de acuerdo con un ideal nadie debe depender de nadie en lo absoluto; enmarcado sobre el radicalismo de cumplir lo dicho y morir antes de perder el ideal.

El idealismo, que es inculcado en el ser humano desde niño, el diario vivir lo consolida con artículos de revistas, periódicos, publicidad, televisión,

mensajes cibernéticos, motiva que no es correcto depender de algo o alguien y se debe evitar a toda costa. Existe una paradoja importante que la sociedad dice no depender, pero a la vez fomenta la dependencia, la adicción, hasta el punto de convertirla en el aire que se respira, pero disfrazada de mil maneras para que no se pueda reconocer, porque se ha dicho no depender.

La dependencia hacia la tecnología se abre paso por la sociedad, aparentemente sin dejar rastro, precisamente a un mundo en el cual los mecanismos naturales llevan a necesitar de otra persona más, pero que a la vez se exige ser rápido, ágil, seguro y actualizado en la tecnología para lograr estar a la par de cualquier persona; este mismo tema en cantidad incontrolable destruye la vida, entiéndase tecnología, es necesario revalorizar el vínculo de afecto a la persona importante que signifique principios y valores para la vida propia.

2.2.12. Perturba la Tecnología las relaciones Sociales y familiares

Choliz (2012) argumenta que la tecnología que día a día presenta mejoras en la capacidad y positivas facilidades de manejo se ha convertido en herramienta útil y necesaria para la comunicación entre las personas del mundo actual. Internet, ha ganado campo incalculable para el éxito en la relación de persona a persona, mayor cantidad en el adolescente, que con gran facilidad adquiere el equipo o herramienta necesaria para involucrarse en este mundo de la cibernética y navegar incontrolablemente, para satisfacer el ego personal y

sentirse parte de la sociedad aceptable en el mundo de la comunicación por medio de mi equipo personal y el conocimiento práctico del campo cibernético.

En algunos casos el exceso del uso de la tecnología ha interferido con otras actividades cotidianas y perturba las relaciones sociales y familiares, una persona que sea incapaz de dejar el uso de la tecnología específicamente internet y que sienta malestar cuando no se puede conectar, esta frente a un problema de adicción, el cual impedirá una buena comunicación de persona a persona que se convierte en un impedimento en las relaciones.

2.2.13. Pérdida de Control sobre la Conducta.

González, y Cano (2010) explican que se han realizado investigaciones en las que concluye que a estas adicciones de informática en donde no interviene el consumo de sustancias se le llama ciberadicciones, término apoyado en el concepto de que son adicciones reconocidas y aceptadas. Este último aspecto el que son aceptadas, dificulta que la propia persona o los familiares detecten que hay un problema hasta que no aparecen las consecuencias, tan graves a veces como problemas económicos, falta de comunicación familiar y/o social o graves problemas escolares o laborales, citado en (Obregón Soto, 2015, pág. 25)

En los últimos años han empezado a aparecer las primeras demandas de tratamiento por parte de afectados o familiares relacionadas con la falta de control sobre el uso de las nuevas tecnologías y las consecuencias que estas conductas sin control producen en el entorno más próximo o en la persona

misma. Algunos efectos son el aislamiento social, la incomunicación familiar, problemas económicos, abandonar actividades que antes resultaban gratificantes para el individuo.

Es menos habitual que la demanda parta del afectado, ya que frecuentemente el paciente hace una negación del problema, afirma que puede controlar la adicción; aspecto este que es importante abordar ya en la primera visita.

En las ciberadicciones en general, igual que sucede en las adicciones químicas, pueden darse síntomas físicos y psicológicos cuando se ha de mantener la abstinencia, o lo que es lo mismo, no tener contacto con el objeto o conducta que provoca la adicción; pueden aparecer síntomas como inquietud, irritabilidad, ansiedad, tristeza, entre otros.

A través de la red la persona busca una sensación de euforia y gratificación inmediata; siempre hay alguien al otro lado que escucha y que está dispuesto a dar una respuesta. Éste es uno de los aspectos que facilitan la pérdida de control y finalmente la ciberadicción. Pero hay otros factores que también la facilitan y la mantienen en el anonimato, el fácil acceso al ciberespacio o la posibilidad de crear una personalidad ficticia.

Entre las propuestas que ofrece internet hay algunas que tienen más capacidad adictiva que otras, como por ejemplo el chat, el uso de material pornográfico, participar en juegos on-line o los juegos de apuestas. El hecho de que las ciberadicciones sean patologías recientes limita la existencia de datos

epidemiológicos. Aun así: hay investigaciones que reflejan que el 7% de los adolescentes de Cataluña sufre adicción a internet y en concreto a los juegos on-line juegos de rol.

Según el último estudio epidemiológico presentado en la universidad Cataluña, un 3% de los adictos al juego patológico con apuestas es adicto a internet, el gasto en juegos de azar del ciberespacio se ha multiplicado por cinco respecto a hace 2 años, el porcentaje de adolescentes adictos a internet aumenta entre los 12 y los 15 años y el 50,8% de los internautas está registrado en alguna red social, preferentemente facebook y twitter.

2.2.14. Infancia, Adolescencia y Juventud modificada

(Echeburúa Odriozola, Labrador, & Becoña Iglesias, 2009) manifiestan que el adulto ha revolucionado el estilo de vida, por medio de la nueva tecnología de la información (TIC), pero sin duda el cambio más espectacular se ha producido en los menores, que ya han nacido con esta nueva tecnología son los nuevos usuarios que ya entraron en la etapa de la revolución, esto ya forma parte del crecimiento, para ellos no es nuevo, es parte del sistema que ha sido colocado en el entorno como una herramienta más para la vida. Su forma de vivir la infancia la adolescencia y su juventud se ha modificado, al menos en relación con la que ha vivido el adulto de hoy; observar en los menores una dedicación de tiempo y comportamientos muy diferentes a los que el adulto ha tenido sin duda sorprende; no se entiende fácilmente que se pasen horas ante una pantalla de televisión, un ordenador o un teléfono móvil. Cuesta

comprender que, en lugar de jugar con los amigos en la calle, leer un libro, concentrarse para un examen, interrelacionarse con algún amigo cara a cara, se encierren en casa a hablar con ellos a través del Messenger o del móvil o se conecten a las redes sociales virtuales Facebook o twitter; la nueva tecnología abre una brecha digital en la sociedad, en especial entre adultos y adolescentes.

La tecnología se desarrolla para facilitar la vida, pero también puede complicarla. Los comportamientos como obsesión por adquirir la última novedad tecnológica, el sustituir los contactos personales por la comunicación virtual o la necesidad de estar conectado a internet de forma permanente, han creado gran alarma social, en parte agravada por la falta de criterios de referencia sobre lo que es normal y lo que no. Muchas de estas conductas han comenzado a etiquetarse como adictivas, dadas las características de generar dependencia y restar libertad al restringir la amplitud de intereses, además de interferir gravemente en la vida cotidiana, a nivel familiar, escolar, social o de salud.

2.2.15. Ciberactivismo

Ugarte (2007) define ciberactivismo como la manera de utilizar internet para poner a la orden de los usuarios comunes y corrientes una serie de herramientas que pueden ser usadas para satisfacer las necesidades de difusión como: colocar un video, una fotografía, un mensaje de texto, cualquier tipo de documentos que puedan ser visibles con otras personas, de manera individual, 16

donde ya no utilizan a las grandes empresas que hoy monopolizan la blogosfera para subir a la red los intereses personales en cuanto a la publicación se refiere.

Es también ciberactivismo una estrategia para iniciar coaliciones temporales de personas que utilizan las herramientas de red para crear grupos grandes y compartir información con la facilidad de modificar a su gusto la forma de crear y enviar el contenido, no utilizar el sistema ya instalado o creado por empresas grandes como Facebook, twitter, YouTube y otras ya instaladas en la red.

El ciberactivismo, es de la cultura hacker, con el mito del hágalo usted mismo, con la capacidad del individuo para generar y lograr consensos y transmitir ideas en una red distribuida, lo que motiva a los usuarios a entrar y dedicarle tiempo al sistema para lograr hacer su propia red de comunicación con las personas que desee. La idea es desarrollar herramientas y ponerlas a disposición pública. Ya habrá quien sepa qué hacer con ellas.

2.2.16. Estrategia para superar las adicciones a la red.

Dryden y Matweychuk (2009) describen ejercicios prácticos para iniciar estrategias para superar las adicciones; autoevaluarse y calificar las oportunidades que se tienen para ser capaz de sostener una relación satisfactoria con otra persona y no destruirla por la adicción; sumar oportunidades para ser consciente de lo que se desea ser en la vida y lograr tener éxito; el exceso de uso de la red arruina las oportunidades y conciencia.

Alcanzar ser reconocido por el talento propio, capaz de desarrollar el potencial y ser buen ejemplo para los demás, con manejo de control propio al uso de la red; tener presente la idea de vivir largamente, con principios y valores de una persona normal, sin adicciones. Las adicciones han demostrado que hay más probabilidades de adquirir enfermedades que tener una vida sana. Enfermedades del corazón, pulmones, hígado, estomago, cerebro, visión, depresión, causadas por el exceso del uso de internet, disminuyen el nivel de vida del usuario. Renunciar al uso excesivo de internet aumentará las expectativas de vida y evitará enfermedades o malestares como los descritos. Habrá mayor tranquilidad al saber que se incrementaron las probabilidades de seguir sano y disfrutar de la vida con los seres queridos y amigos en una relación personal cara a cara, sin dispositivos tecnológicos.

Sin la adicción hay mayores oportunidades de hacer nuevos amigos y dejar de perder potenciales amigos, ya no habrá necesidad de pedir disculpas por no responder a una conversación seria y formal con una persona cara a cara.

Se suma a la lista la oportunidad de tener relación autentica, con persona real, a la cual se considera amiga ya que se involucra el verdadero yo, y no el yo distorsionado por el perfil creado en la red. El mayor de los beneficios a obtener al lograr superar la adicción es, la mejora de la memoria y otras capacidades mentales, que estaban enmarcadas solo en la red, ahora fuera de

ella se tiene un mundo real con más visión al mundo, al éxito, a las oportunidades y trabajar eficientemente.

La persona que decide renunciar a la dependencia del uso excesivo de la red, comprueba con el tiempo que puede razonar con mayor facilidad, convertir los pensamientos en palabra y no letras, expresarse mejor y con facilidad las ideas. Una mente clara logrará éxitos claros y reales.

La energía y pensamientos positivos que transmite la mente renovada y restaurada permiten tener más motivaciones para diversas actividades, el éxito y la felicidad son el resultado de la perseverancia; ver las mejoras económicas es una buena estrategia para dejar la adicción; el ahorro de dinero saldrá a la vista y podrá ser usado adecuadamente en otros gastos necesarios.

2.2.17. Tratamiento de la Adicción.

Adès y Lejoyeux (2003) comenta que debe hacerse la pregunta ¿crees que tienes que cuidarte? depende del tipo de respuesta es una candidata a entrar a tratamiento o negarse la oportunidad de salir de la adicción. El alcohólico debe aceptar que es alcohólico para entrar a la etapa de recuperación, pero es difícil que un adicto a internet acepte estar dependiente, sin embargo, es uno de los primeros pasos para que pueda entrar al tratamiento.

El internet no es una enfermedad, pero el uso excesivo si lo convierte, basta con ver la cantidad de tiempo que se utiliza para navegar o estar conectado en las diferentes redes sociales cuando se piensa individualmente que puede parar

en cualquier momento o que puede desconectarse cuando el usuario lo desee, pero no lo logra, esa ya es etapa de adicción, y está en peligro.

Hay clínicas especializadas en las cuales se ofrece ayuda y desintoxicación al adicto a las redes sociales, como también a la familia para superar la dificultad, acompañado de un programa terapéutico preciso. En Francia, ya hay médicos psiquiatras y psicólogos que están interesados por el tratamiento de la adicción a las redes sociales, sin embargo y aparentemente no existen muchos adictos, no es fácil aceptar esto, pero si hay muchos que no saben de la adicción como también los que no lo aceptan.

No existe medicamento alguno que sustituya el deseo de conectarse a internet, ni incluso una molécula que bloquee las ganas de navegar en las redes sociales. Los medicamentos existentes están para recetarlos a los pacientes adictos que entran en ansiedad y depresión, ejemplo: Cuando no pueden entrar a la red, por varias razones, falta de señal de internet, olvido de dispositivo, amigos no conectados, falta de respuesta a comentarios, entre otros.

El único tratamiento disponible es la ayuda del psicoterapeuta que actúa en la conducta y el aislamiento del adicto; el primer contacto con el psicoterapeuta, consiste en dar el paso de querer salir de ello hablar sin contemplaciones y enfrentar la realidad de la adicción, sin darle vueltas; las primeras sesiones son las más difíciles se necesita paciencia y tiempo para que el adicto admita su debilidad, la ayuda que él brinde servirá de mucho para pasar a otros niveles de la terapia.

El análisis de la conducta del adicto, permitirá saber en qué nivel de dependencia se encuentra, como también los estados psicológicos que lo incitan a estar metido en las redes; el descubrir estas conductas es de vital importancia para la recuperación que beneficia tanto al psicoterapeuta, al adicto y a la familia en las situaciones reales.

La psicoterapia de sostén, es indispensable, porque permite escuchar, alentar y volver a tener confianza en sí mismo y enfrentar los conflictos psicológicos con carácter de triunfo sobre la adicción.

2.2.18. Visión Sociológica.

De Tomás (2013) explica que la visión sociológica de las redes sociales explora temas apasionantes como el concepto de intimidad y privacidad frente a las actividades públicas o la necesidad de transmitir de manera inmediata lo que hacen o piensan, aunque sea trivial o cotidiano y no represente información valiosa ni siquiera a los más próximos y todo ello se ha facilitado por los terminales móviles.

Hay una serie de pautas en las que pueden plantear una dependencia a las redes sociales como en el caso de: Si interrumpen actividades del mundo real como el sueño o las reuniones con amigos para consultar cualquier red social. Actualmente se convierte en una tradición en donde la cultura en caso de una reunión social se pongan todos los teléfonos móviles boca abajo en una pila y el primero que mire el suyo es quien paga la cuenta.

Sentir la obligación de compartir hasta las situaciones más cotidianas, dejar de hacer otras actividades por aumentar el tiempo que se pasa en las redes sociales, consultar los perfiles mientras se camina por la calle, verificar la cobertura a internet o la presencia de redes wi-fi como algo determinante para realizar actividades. Si con alguno de los antecedentes anteriores hay algún grado de identificación puede existir un problema de adicción.

2.2.19. Concepto de Valor

La palabra valor viene del latín valor, valere (fuerza, salud, estar sano, ser fuerte). Cuando se habla sobre un valor se está afirmando que es bueno, digno de aprecio y estimación. De otro lado, en el campo de la ética y la moral los valores son cualidades que podemos encontrar en el mundo que nos rodea. “El valor es una cualidad por la que una persona, un hecho despierta mayor o menor aprecio, admiración o estima. Es decir, un valor nos indica la importancia, significación o eficacia de algo” (Pareja, 2004).

Los valores, en general, tanto personales como interpersonales, a decir de Restrepo (2009) hacen referencia a contenidos semánticos, emocionales y simbólicos que a su vez constituyen un núcleo cognitivo que caracteriza y diferencia a las personas y a los grupos sociales.

Kurtines, Azmitia & Gewirtz, 1992 citado por Restrepo (2009), explican que los valores, junto con las motivaciones, son formas que determinan el pensamiento y el comportamiento de las personas. Los valores definen estilos de personalidad y definen la idiosincrasia de los individuos y de

los grupos y se construyen en la interacción social Berger & Luckman (1967), citado por (Restrepo, 2009).

Ahora bien, la dinámica cultural y el aprendizaje social determinan, en gran medida, el tipo de valores que cada grupo e individuo desarrolla e integra a su repertorio comportamental. Es importante agregar, que los valores son parte integral de la estructura cognitiva de la persona y de la estructura cultural de las sociedades. Para comprender el comportamiento de los individuos y la dinámica de las sociedades es necesario entender la estructura valorativa que subyace a sus conductas, a sus elecciones, a sus motivaciones, a sus decisiones, a sus actos Triandis (1994), citado por Restrepo (2009).

A decir de Railton (2003) es común hallar una estrecha relación entre los valores y la moral de una u otra forma, los valores se constituyen en un tipo de sistema de evaluación que atribuye una estimación del nivel de agrado o desagrado para una situación, objeto o persona determinada. Este sistema de evaluación es el producto de años de evolución social que, con el paso de la vida, queda impreso en la forma de actuar y de pensar de los individuos. Las personas crecen motivadas por sus valores y, paradójicamente, se estancan en dilemas irresolubles por la misma estrechez de su sistema de valores. La moral guía al hombre por el camino del bien, los valores conducen al hombre por el sendero de lo que es bueno. Ambos, valores y moral, determinan el fenómeno social a partir de las posibilidades que ofrecen o limitan en las acciones de los hombres.

Es importante recalcar que los valores constituyen una parte indeleble del ser humano. Tienen más fuerza que las creencias cuando se evalúa su peso en la toma de decisiones. (Restrepo, 2009).

May (1978) sostiene que el valor es un avance hacia una forma de conducta, hacia objetivos, hacia fines de la vida a los que nos dedicamos y hacia los cuales elegimos dirigirnos, porque creemos que son los modos de vida más deseables. Las creencias vinculan al hombre con la racionalidad, con el juicio. Los valores lo vinculan con aquello con lo que está realmente comprometido, con lo que estima valioso. A decir de Wallace, Pettit, Scheffler & Smith (2006), las creencias se negocian, los valores se celan irasciblemente.

“Mora (1995) sostiene que los valores están relacionados con las grandes convicciones humanas de lo que es bueno, de lo que es mejor y de lo que es óptimo; tienen la facultad, en sí mismos, de propiciar alegría, satisfacción y felicidad a quienes lo poseen y por tanto son fundamentales en la búsqueda de la plena realización humana. Para Frondizi (1972) el concepto valor abarca contenidos y significados diferentes y ha sido abordado desde diversas perspectivas y teorías. En sentido humanista, se entiende por valor lo que hace que un hombre sea tal, sin lo cual perdería la humanidad o parte de ella” por (Tueros Cárdenas, 2012, pág. 21)

Los valores son convicciones profundas de los seres humanos que determinan su manera de ser y orientan su conducta, involucran nuestros sentimientos y emociones. Los valores, las actitudes y la conducta están

relacionados. Son creencias o convicciones de que algo es preferible y digno de aprecio. Una actitud es una disposición a actuar de acuerdo a determinadas creencias, sentimientos y valores. A su vez las actitudes se expresan en comportamientos y opiniones que se manifiestan de manera espontánea.

Según la Fundación de Televisa (2015)

Los valores se jerarquizan por criterios de importancia. Cada persona construye su escala de valores personales, esto quiere decir que las personas preferimos unos valores a otros. Los valores más importantes de la persona forman parte de su identidad, orientan sus decisiones frente a sus deseos e impulsos y fortalecen su sentido del deber ser.

Cada persona, de acuerdo a sus experiencias construye un sentido propio de los valores. Aunque a todos nos enseñen que la honestidad es algo deseable, y aunque todos lo aceptamos como cierto, la interpretación que haremos de este valor, el sentido que le encontraremos en nuestra vida, será diferente para cada persona.

Los valores y su jerarquización pueden cambiar a lo largo de la vida. Están relacionados con los intereses y necesidades de las personas a lo largo de su desarrollo. Los valores de los niños pequeños están definidos en buena medida por sus necesidades de subsistencia y por la búsqueda de aprobación de sus padres: sustento biológico, amor filial.

Los adolescentes guían sus valores personales por su necesidad de experimentación y autonomía: amistad, libertad.

Mientras que en la edad adulta se plantean nuevas prioridades: salud, éxito profesional, responsabilidad. Algunos valores permanecen a lo largo de la vida de las personas.

Los valores se definen como “los estándares o criterios interiorizados con los cuales juzgamos el mundo. El valor incluye dos componentes: uno cognitivo (la creencia sobre el mundo), y uno afectivo (la evaluación y la emoción que el mundo nos genera). Debido a que el concepto de valor es complejo, no existe consenso sobre su definición. Sin embargo, se está de acuerdo en que los valores tienen componentes cognitivos y afectivos muy importantes, que nos sirven para evaluar al mundo y que son un elemento fundamental en la construcción de la moralidad de la persona. (Programa de educación en valores. Guía metodológica, 2003, (Pareja, 2004).

La palabra valor proviene del vocablo griego “axe, axium, axo”, lo que hace valer al hombre, lo que le da sentido, lo que le hace diferente, lo que le hace humano que le separa de los animales, porque estos últimos no son capaces de aprender los valores ni aplicarlos a su conducta (Centro líder de excelencia educativa, 1998; citado por Ramos, 1999).

2.2.20. Características de los valores.

La humanidad ha adoptado criterios a partir de los cuales se establece la categoría de los valores. Algunos de esos criterios son:

- **Independientes e inmutables:** Son los que son y no cambian, por ejemplo: la justicia, la belleza y el amor.

- **Subjetivos:** Los valores tienen importancia al ser apreciados por la persona, su importancia es solo para ella, no para los demás. Cada cual los busca de acuerdo con sus intereses.
- **Objetivos:** Los valores son también objetivos porque se dan independientemente del conocimiento que se tenga de ellos. Sin embargo, la valorización es subjetiva, es decir, depende de las personas que lo juzgan.
- **Durabilidad:** Los valores se reflejan en el curso de la vida. Hay valores que son más permanentes en el tiempo que otros. Por ejemplo, el valor del placer es más fugaz que el de la verdad.
- **Absolutos:** Son los que no están condicionados o atados a ningún hecho social, histórico, biológico o individual. Un ejemplo puede ser los valores como la verdad o la bondad.
- **Flexibilidad:** Los valores cambian de manera subjetiva con las necesidades y experiencias de las personas.
- **Satisfacción:** Los valores generan satisfacción en las personas que los practican.
- **Polaridad:** Todo valor se presenta en sentido positivo y negativo; todo valor conlleva un contravalor.
- **Jerarquía:** Hay valores que son considerados superiores (dignidad y libertad) y otros como inferiores (los relacionados con las necesidades básicas o vitales).

- **Trascendencia:** Los valores trascienden el plano concreto; dan sentido y significado a la vida humana y la sociedad.

2.2.21. Clasificación de los valores.

El sistema de valores de una persona, puede decirse que representa una organización aprendida de reglas para ser seleccionadas individualmente. Un sistema de valores es una organización jerárquica, un ordenamiento de valores de acuerdo a su importancia, donde los más importantes figuran en los primeros lugares; el grado de satisfacción personal, depende del grado en que el sistema de valores concuerde con las normas que la sociedad exige, es decir, en la medida que un sistema de valores convenga en el medio en el que interactúa.

No existe una ordenación deseable o clasificación única de los valores; las jerarquías valorativas son cambiantes, fluctúan de acuerdo a las variaciones del contexto. Múltiples han sido las tablas de valores propuestas. Lo importante a resaltar es que la mayoría de las clasificaciones propuestas incluye la categoría de valores éticos y valores morales.

Los valores según Milton Rokeach (1978; citado por Santillana, 2003) se clasifica en:

Valores instrumentales: Relacionado con los modos de conducta, estos pueden ser:

- Valores morales:** Si tienen un foco interpersonal y pueden producir problemas de consecuencia al no cumplirlos, por ejemplo, ser responsable, ser obediente, ser honrado.

- b. Valores de suficiencia o autorrealización:** Tienen un asidero individual y está orientado hacia un comportamiento auto reforzante.

Valores terminales: Referidos a estados deseables de existencia, estos pueden ser:

- a. Valores personales:** Están centrados en el yo, también pueden implicar placer, una vida excitante, la armonía interna, la felicidad.
- b. Valores sociales:** Posee una base interpersonal, por ejemplo, la igualdad, verdadera amistad, dentro de esta clasificación se puede citar los valores interpersonales que Leonard Gordon estudio.
- c. Valores culturales:** Constituyen todos los casos de transmisión de las experiencias socio histórico, entre personas, acumulados por miles de años, su existencia radica en la creencia que posee cada persona en forma específica sobre tal o cual orientación valorativa.

Según García (1996), propone la siguiente clasificación:

Valores instrumentales: Son aquellos que sirven de medio para alcanzar otros valores superiores.

- a. Valores vitales:** Se refieren a la instalación del sujeto en el mundo y a su relación placentera con el entorno.
- b. Valores sociales:** Son los que tienen que ver con las normas de convivencia entre las personas y sus relaciones con ellas.

- c. **Valores estéticos:** Se refieren a la creación de lo bello o su simple contemplación.
- d. **Valores cognoscitivos:** Tiene que ver fundamentalmente con el conocimiento de la realidad y de las leyes que organizan esa realidad tanto externa como internamente.
- e. **Valores morales:** Son aquellos que presentan una bondad o maldad intrínseca, son en el fondo; los que impregnan toda la escala de valores en un sentido, pues todas las preferencias se hacen sobre la base de que se consideran “buenas” para el sujeto o la colectividad o “justos” y aparecen como “derechos” o “deberes”, siendo la elección entre los polos axiológicos la esencia de la libertad.

2.2.22. Jerarquía de los Valores.

Para Leocata (1985) citado en (Jara Gonzales, 2018) propone una escala de valores haciendo una síntesis de Hartman, Sheller y Lavallo:

- a. **Valores económicos:** Ligado a las necesidades corpóreas y a lo útil de la productividad.
- b. **Valores sensitivo-afectivo:** Expresan la relación de la persona con el bienestar y con el placer sensible.
- c. **Valores estéticos:** Identifican el tránsito de lo natural a lo cultural.
- d. **Valores intelectuales:** Giran en torno a la verdad, el conocimiento, la investigación y la racionalidad.

- e. **Valores morales:** Se vinculan a la forma como se vive la relación con los demás donde se pone en juego la relación intersubjetiva, la conciencia y la conducta respecto a otros.
- f. **Valores religiosos:** Donde el sentido de la vida alcanza su punto más alto.

2.2.23. Teorías sobre la Formación de los Valores.

Las teorías son tomadas de según la clasificación realizada por (Cacyacuri Herencia & Huamani Quispe, 2018) de la siguiente manera:

- a. **Sócrates (407 a. C., 339 a.C.).** Partía de la idea de que todos los hombres desean el bien, pero la falta de lógica los conduce a hacer lo que no deberían. Por tanto, los individuos deben esclarecer su pensamiento de manera lógica para evitar realizar acciones inmorales. Desde esta perspectiva, la enseñanza de los valores incluye estrategias tales como el esclarecimiento de los valores, la ejercitación del pensamiento crítico y las conversaciones o diálogos en los que se articulan y ponderan las posiciones respecto a los valores (Penas, 2008, p.40).
- b. **Platón:** Valor es lo que da la verdad a los objetos cognoscibles, la luz y belleza a las cosas, etc. Según (Guthrie, 1992)
- c. **Emmanuel Kant (1724-1804):** hablaba de actuar según “imperativos categóricos” que constituyen la fuente de los principios y las acciones morales. Para este pensador, actuar conforme a los sentimientos o

emociones nunca es moralmente correcto. Partiendo de esta perspectiva, nuestras acciones deberían basarse en el sentido del deber y de la responsabilidad y en el hecho de que esa acción puede convertirse en un principio o ley universal. La enseñanza de valores a partir de las teorías kantianas entrañaría la consideración de principios universales, así como el desarrollo del sentido del deber y de la responsabilidad (Pena S, 2008, p.41).

- d. John Dewey (1859-1952) Según Penas (2008):** Finales del siglo XIX y principios del XX sugiere que la educación en valores no debería tratarse como una mera disciplina más, sino que debería ser algo inherente a todas las disciplinas, experiencias y actividades por las que atraviesa el educando. Según este autor, la enseñanza directa de la moralidad únicamente es eficaz en los grupos sociales en los que ésta forma parte del control autoritario que la mayoría ejerce sobre la minoría. Por tanto, su eficacia no residirá en la moralidad sino en el hecho de que ésta se ve reforzada por todo el régimen al que pertenece.

En la década de 1960 se diseñaron estrategias para la enseñanza o la formación de valores en las escuelas tales como la clarificación de valores, presentada por Raths, Harmin y Simons (1967). Este enfoque guardaba similitud con el de Durkheim, ya que se basaba en la negociación de significados, pero comprendía los siguientes pasos: elegir partiendo de alternativas; elegir reflexivamente; elegir libremente;

valorar la propia elección; afirmar la propia elección; actuar reiteradamente a lo largo del tiempo.

- e. **Teoría Psicoanalítica:** Derivada de las ideas de Freud. El desarrollo de los valores individuales es consecuencia del establecimiento del súper ego, la “consciencia inconsciente”, que es el conjunto de referencias ideales y morales de cada persona.
- f. **Teoría del Aprendizaje Social:** Emplean un enfoque conductista, los valores se aprenden a través de un reforzamiento, positivo o negativo, de la conducta. Las prácticas de crianza de los niños tienen un peso directo en la formación de valores ya sea con el refuerzo positivo, castigo, empatía, observación de modelos y la imitación.
- g. **Desarrollo Cognitivo y Moral de Piaget:** En 1932, Jean Piaget (1896-1980) publicó El juicio moral del niño. Este autor, afirmaba en el desarrollo intelectual del niño se pueden distinguir dos aspectos. Por un lado, lo que se puede llamar el aspecto psicosocial, es decir, todo lo que el niño recibe del exterior, aprendido por transmisión familiar, escolar, educativa en general; y por otro, el desarrollo que se puede llamar espontáneo, que depende de las capacidades psicológicas innatas, y que es el desarrollo de la inteligencia misma: lo que el niño debe aprender por sí mismo, lo que no se le ha enseñado, sino que debe descubrir sólo; y éste es esencialmente el que requiere tiempo.

Piaget establece dos fases claramente definidas, en la génesis y desarrollo de los juicios morales, y supone una tercera, más difusa, que sirve de transición entre ambas:

- Fase heterónoma, que se caracteriza por lo que él llama "realismo moral", esto es, por la influencia o presión que ejercen los adultos sobre el niño. En esta fase, las reglas son coercitivas e inviolables; son respetadas literal y unilateralmente por cuanto el niño aún no se diferencia del mundo social que le rodea, de manera que es una fase "egocéntrica". Por otra parte, la justicia se identifica con la sanción más severa. Esta fase estaría comprendida entre los cuatro y los ocho años.

- Fase autónoma, en la que las reglas surgen de la cooperación entre iguales, y el respeto y consentimiento mutuos. Las reglas se interiorizan y se generalizan hasta alcanzar la noción de justicia equitativa -no igualitarista- que implica el reparto racional en función de las situaciones. Esta fase abarcaría desde los nueve hasta los doce años.

h. Modelo de desarrollo Moral de Kohlberg: El psicólogo norteamericano Lawrence Kohlberg (1927-1987), conocedor de los trabajos de Piaget perfeccionando y estandarizando técnicas similares a las de Piaget, llega a la conclusión de que las dimensiones cognitivas del juicio moral definen el desarrollo evolutivo moral y, una vez entendido

el desarrollo del juicio moral, el desarrollo de la acción y del afecto morales resultarán más comprensibles y predecibles.

Kohlberg (1992), planteó unos niveles del desarrollo moral con una serie de etapas propias en cada uno. Él los describía usando los siguientes términos:

- a. **Nivel pre convencional.** En este nivel el niño es sensible a las reglas culturales y a las calificaciones de bueno y malo, correcto e incorrecto, pero interpreta estas calificaciones en términos, o bien de las consecuencias físicas o hedonísticas de la acción (castigo, recompensa, intercambio de favores), o en términos del poder físico de aquellos que establecen esas reglas y calificaciones.

Este nivel se divide en las dos etapas siguientes:

●**Etapa 1:** orientación "castigo/obediencia". Las consecuencias físicas de la acción determinan su bondad o maldad con independencia de la intención humana o del valor de esas consecuencias. La evitación del castigo y la deferencia incondicional hacia el poder son valoradas por sí mismas, y no en términos de respeto a un orden moral subyacente respaldado por el castigo y la autoridad (esto último es lo característico de la etapa 4).

●**Etapa 2:** orientación relativista instrumental. La acción correcta consiste en lo que satisface instrumentalmente las propias

necesidades de uno y, ocasionalmente, también las necesidades de los otros. Las relaciones humanas son consideradas en términos análogos a los de un puesto de mercado. Los elementos de juego limpio, reciprocidad, e igual participación, están presentes, pero se interpretan siempre de una forma pragmática y física. La reciprocidad se basa en la máxima: "tú me rascas la espalda y yo te rasco a ti", no en la lealtad, la gratitud o la justicia

- b. Nivel convencional.** En este nivel el mantenimiento de las expectativas del propio grupo familiar o de la propia nación es percibido como valioso por sí mismo con independencia de las consecuencias inmediatas y obvias. La actitud no es sólo una actitud de conformidad con las expectativas personales y con el orden social, sino de lealtad hacia ellos, de sustentación, apoyo y justificación activa de ese orden, y de identificación con las personas o grupos implicados en él. En este nivel se dan las dos etapas siguientes:

- **Etapa 3:** concordancia interpersonal u orientación "buen chico/chica". El comportamiento bueno es el que agrada o ayuda a otros, y es aprobado por ellos. Se da una alta dosis de conformidad con las imágenes estereotípicas de lo que es la conducta mayoritaria o "natural". La conducta es juzgada a menudo por su intención y la expresión "lo hace con buena intención" se vuelve

importante por primera vez. Uno se gana la aprobación siendo "buen chico".

- **Etapa 4:** orientación "ley y orden". Se trata de una orientación hacia la autoridad, las reglas fijas y el mantenimiento del orden social. El comportamiento correcto consiste en el cumplimiento del propio deber, en mostrar respeto hacia la autoridad y en mantener el orden social.

c. **Nivel pos convencional, autónomo o "princiado".** En este nivel se registra un claro esfuerzo por definir valores y principios morales que tengan validez y aplicación con independencia de la autoridad de los grupos o personas que los sustentan, y con independencia de la propia identificación individual con esos grupos. Este nivel tiene a su vez dos etapas:

- **Etapa 5:** Orientación legalista o del "contrato social", generalmente con resonancias utilitaristas. La acción correcta tiende a ser definida en términos de derechos individuales de tipo general, y de estándares que han sido examinados críticamente y acordados por el conjunto de la sociedad. Existe una clara conciencia del relativismo de los valores y opiniones personales y un correspondiente énfasis en reglas procedimentales para llegar a un consenso. Aparte de lo que ha sido convenido constitucional y democráticamente, lo correcto es asunto de "valores" personales y

de "opinión" personal. El resultado es una acentuación del punto de vista legal, pero subrayándose la posibilidad de cambiar la ley en términos de consideraciones racionales de utilidad social (en lugar de congelarla en términos de la etapa 4 "ley y orden").

- **Etapa 6:** Orientación principios éticos universales. Lo correcto viene definido por la decisión en conciencia de acuerdo con principios éticos auto elegidos que exigen globalidad, universalidad y consistencia lógica. Estos principios son abstractos y éticos (la regla de oro, el imperativo categórico); no son reglas morales concretas como los Diez Mandamientos. En el fondo se trata de principios universales de justicia, de reciprocidad y de igualdad de los derechos humanos, y de respeto a la dignidad de los seres humanos como personas individuales. Según Kohlberg, es muy difícil que los sujetos alcancen este nivel de evolución moral, por lo que llegó a plantearse si no sería únicamente una evolución del nivel 5°.

- i. **Teoría Humanista de Maslow, A. :** Para vivir en armonía con nuestros semejantes, se han establecido una serie de valores llamados universales, por ser aquellos que tienen un mayor nivel de aceptación en diversas comunidades alrededor del mundo, y que, por ende, sirven para regir a grandes masas de población.

Para educar en valores no basta la captación intelectual de los mismos, es necesaria su interiorización con el fin de que se integren en los hábitos de pensamiento y acción de las personas. Por tanto, para que los valores tengan alguna influencia en el comportamiento, se hace necesario que la persona los acepte vitalmente. Ello supone situar el valor en contacto con la propia experiencia de la persona, para que así sea consciente de sus verdaderos sentimientos hacia él. En este sentido, el afecto juega como una palanca motivacional que favorece la adopción de sentimientos de obligación, asociándose el valor de sentimientos positivos y el contravalor sentimientos negativos. (Maslow, Abraham).

j. Teoría de los rasgos Allport, Vernon y Lindzey, 1960 propusieron que los valores personales son la base de nuestra filosofía unificadora de vida, la cual es uno de los seis criterios de una personalidad madura saludable. Nuestros valores son rasgos de personalidad representan sólidos intereses y motivaciones, Allport creía que todos poseemos en cierto grado cada tipo de valor, pero que uno o dos dominaran la personalidad. Las categorías de valores son las siguientes:

- **Teóricos:** el interés que domina es descubrir la verdad. Personas racionales, que investigan y se preguntan el porqué de las cosas.
- **Económico:** valoran las actividades rentables y buscan economizar tiempo y recursos.

- **Estéticos:** le da un alto valor a la belleza, la cultura y el arte.

Busca la satisfacción personal mediante la contemplación y la producción de belleza.

- **Social:** busca la compañía de otros, suele interesarse en los demás y ser altruista.

- **Político:** su poder primario es el poder y utiliza sus conocimientos para alcanzarlo.

- **Religiosos:** personas que dan valor a los aspectos religiosos y espirituales en general.

2.2.24. Forma de aprender los Valores

Partiendo del supuesto de que todo aprendizaje significa cambio podríamos aseverar que el aprendizaje de los valores ha de conducir a un cambio cognitivo, afectivo y social que se reflejara en la conducta de quien lo aprende. Repetir un listado de valores o hablar con grandilocuencia y elogios acerca de ellos no significa que se haya aprendido la lección; aprender el valor de la honestidad significa asumir comportamientos honestos, el desarrollo cognitivo ayudará a reconocer, comprender y analizar y evaluar la dimensión ética o moral en diversos contextos y situaciones. Lo afectivo social tiene que ver con la motivación para desear el bien y no solo limitarse a conocerlo. Por otra parte, no se debe descuidar el reforzamiento de ciertas disposiciones para la acción, ofreciendo a niños y jóvenes oportunidades concretas para el

fortalecimiento de la voluntad y propiciando que estas acciones concretas puedan llegar a convertirse en buenos hábitos.

- **Valores en la familia**

En los últimos años, en el mundo se presenta una tendencia al individualismo y no a la unidad familiar, como dice Garza y Platino (2000), la cultura contemporánea, caracterizada por todos los avances tecnológicos que conocemos y disfrutamos, ha provocado, tal vez sin proponérselo y de manera indirecta, que se privilegien ciertos criterios valorativos sobre otros. Es por ello que hay una gran preocupación por la adquisición de bienes materiales, pero se deja de lado la adquisición más valiosa que lo constituyen los bienes espirituales que consolidarían la familia.

Cabe recalcar que las primeras edades son fundamentales para el desarrollo de actitudes, el cultivo de unas buenas relaciones interpersonales. Es necesario desarrollar en ellos una serie de habilidades que hagan emerger las capacidades de seguridad, autoestima y autonomía, permitiendo que se formen plenamente como personas. Sin embargo, en muchas ocasiones los padres no tienen plena consciencia de la gran responsabilidad que recae sobre ellos en lo que respecta a la educación valorativa de sus hijos o simplemente no están lo suficientemente preparados para asumirla como dijo Goethe “solo aprendemos de aquel a quien amamos”.

Los signos notables de cambio, mencionados anteriormente, están afectando a la familia del día de hoy en sus valores, haciendo que carezca de una buena comunicación, que es uno de nuestros males actuales. Por ello, el asunto de los valores en la familia es, más que nunca, un tema de preocupación fundamental, porque la familia posee una significación positiva para la sociedad. Y en tal sentido es ella misma un valor. Además, es el primer medio de socialización del ser humano y por tanto básico para el cultivo de las relaciones interpersonales.

• **Los valores en la Escuela**

Asumir la necesidad de educar en valores en nuestros centros educativos hoy en día es vital, como lo afirma Garza y Patiño (2000), “la educación en valores es un replanteamiento cuya finalidad esencial es humanizar la educación”. Porque si el ser humano y en especial el educador no propicia este asentimiento ante los valores, carece de desarrollo personal y no podrá elegir y defender lo que es realmente importante frente a lo trivial, ni lo humanizado frente a lo salvaje.

El objetivo fundamental de la educación consiste por tanto en la formación de la consciencia moral del hombre, para que este intuya los valores éticos fundamentales.

Esto llevara hacia una formación de una cultura general que lleve a la comprensión de nuestra cultura nacional, así como también a la comprensión de otras culturas distintas a la nuestra.

Según Tierno (1992) en la educación para los valores humanos es imprescindible hablar de cómo se educan las actitudes, pues básicamente se han de dar los mismos pasos, estos son:

- Animar y despertar el deseo y el interés por repetir la conducta deseada.
- Facilitar modelos positivos.
- Pasar a la acción.
- Control y evaluación de la propia conducta.
- Comprometerse voluntaria y públicamente en la formación de hábitos que lleven a la adquisición de valor deseado.
- Proporcionar el ambiente más adecuado y las circunstancias más facilitadoras para la formación de valores y actitudes positivas.

Si estos pasos se tuvieran en cuenta en la labor educativa, primero vivenciada por el docente, para luego desde la experiencia orientar a los estudiantes, los éxitos conseguidos serían loables.

Lo importante de la educación es, el ser de cada niño, de cada joven. Es por eso que la educación debe proporcionarles una formación que les permita conformar su propia identidad. Para ello se hace necesario potenciar actitudes y valores que configuren y modelen las ideas, los sentimientos y las actuaciones de los niños.

Los valores ayudan a crecer y hacen posible el desarrollo armonioso de todas las cualidades del ser humano, porque además los valores que se adquieren nos acompañan toda la vida.

Tapia (1999), (citado por Santillana, 2003), manifiesta la necesidad de maestros de calidad en todos los centros educativos, afirma que “el profesor que cumple su rol con eficacia e idoneidad, al ubicar su praxis y quehacer al servicio de la verdad y a favor del bien siendo sensible a la belleza y en procura permanente de la existencia o calidad total, es el profesor que se convierte en el agente fundamental de una autentica transformación social, pues el fruto de su labor, sus alumnos, sabrán construir la nueva sociedad, justa y fraterna, aplicando las sabias lecciones aprendidas”, porque definitivamente si no se empieza a enseñar con el ejemplo poco o nada se podrá conseguir, porque los valores se contagian desde el ejemplo, desde la vivencia, más que desde una imposición ajena o artificial que no haya sido enseñada a los demás desde la propia vida personal, y esto se debe constituir en una tarea compartida entre las instituciones educativas, la familia y la sociedad.

- **Los valores en la sociedad**

Obviamente no se pueden educar de espaldas a lo que está ocurriendo en la sociedad. Por lo tanto, se hace imprescindible que el maestro y los estudiantes desarrollen una gran sensibilidad humana y social y acrecienten

sus capacidades para el análisis comprometido y el seguimiento cuidadoso de la evolución en la sociedad local, nacional e internacional de realidades como: indigencia, marginación, violencia, inestabilidad familiar, crisis de autoridad, analfabetismo, drogadicción, etc. Como lo menciona Mora (1995, citado por Santillana, 2003), la problemática social debe constituir uno de los más importantes telones de fondo para la formación de valores, porque el hombre nace en sociedad y solo en ella puede realizarse como persona; porque obviamente cada ser humano necesita de los demás para subsistir y para crecer.

2.2.25. Modelos más difundidos sobre la educación en Valores

a. La clarificación de valores:

Raths, Harmin y Simón (1978), (citado por Santillana, 2003) consideraron un enfoque orientado más a la reflexión de valores que la inculcación o transmisión de los mismos. La idea fundamental es que el niño o joven logre descubrirse a sí mismo a través de la identificación o clarificación de sus principales intereses y preferencias.

Una de las principales críticas que se hace a este modelo es la orientación excesivamente individualista y relativista que conlleva en sus mismos principios. A partir de este enfoque señalan los adversarios, se cae en un subjetivismo axiológico superficial que no resuelve las urgencias que demanda el momento actual.

b. La formación del carácter

Este enfoque actualiza la tradición aristotélica y sostiene que la educación en valores no cumplirá sus objetivos si no permite la configuración del carácter, entendida esta última como adquisición de hábitos, virtudes o maneras de proceder, que manifiestan que los valores se han hecho inmanentes. Los valores del respeto y la responsabilidad son centrales para la formación de este carácter.

La principal crítica que se señala a este modelo es en cuanto a la selección y jerarquización de los contenidos (valores) y a los riesgos que supone en la práctica, ya que fácilmente se puede pasar de la inculcación al adoctrinamiento.

c. Aprendizaje para la acción.

Esta orientación consiste en promover actividades de aprendizaje vivencial en la comunidad; es decir, en presentar oportunidades específicas para actuar los valores. El supuesto fundamental de esta orientación radica en la consideración de que solo a partir de situaciones concretas el individuo puede llegar a comportarse con los valores. El aspecto de reflexión se convierte en una condición importantísima para distinguir este tipo de estrategia del mero asistencialismo y para que se pueda lograr un aprendizaje significativo que pueda generalizarse a otras situaciones y contextos.

d. El desarrollo del razonamiento moral Kohlberg (1968),

Siguiendo la obra de Piaget, postuló una teoría sobre el desarrollo moral que sin duda influyó en la enseñanza de valores en las escuelas. Según él, el razonamiento moral se basa en la cognición y por tanto, corresponde al educador crear un entorno que induzca al individuo a desplazarse a través de las etapas del razonamiento moral.

2.2.26. Perspectivas orientadoras para la educación en valores.

Las principales perspectivas de educación en valores se pueden sintetizar de la siguiente manera:

a. Modelo de transmisión de valores absolutos

Este modelo se centra en la enseñanza de valores indiscutibles e inmodificables, valores que se consideran absolutos, y, por tanto, vigentes en cualquier tiempo y circunstancia. Siempre son externos a la persona y deben ser aceptados sin cuestionamiento.

Existen independientemente de la apreciación o captación subjetiva de los seres humanos. La justicia, la honestidad, el respeto o la tolerancia existen y valen por sí mismos, aunque las personas o la sociedad no los reconozcan ni los practiquen.

De acuerdo a este modelo de transmisión de valores, los conflictos son un dilema entre el punto de vista del sujeto y la

autoridad, dado que los valores no se discuten, simplemente se aceptan y deben practicarse. Los métodos eficaces para la transmisión de valores son la inculcación, el adoctrinamiento o la instrucción. La coacción y el castigo son válidos de acuerdo con este modelo.

b. Modelo de socialización

Los valores son parte de un aprendizaje y la culturización de la comunidad en que se vive. En este modelo es la sociedad la que define y conforma las normas con las que se ha de vivir. Cada persona debe aceptar e interiorizar los valores vigentes en la sociedad en la que vive. Los valores a los que debe someterse los individuos son obra de la vida colectiva. Estos valores, normas o criterios para la convivencia y el comportamiento personal son acuerdos sociales para ser aceptados o rechazados por una sociedad.

El modelo de socialización destaca como principio fundamental que toda acción debe tener en cuenta en primer lugar el bien de la comunidad y sacrificar, si es necesario, los beneficios personales. Los valores se desarrollan en una sociedad manteniendo una clara normatividad de lo que es permitido y de lo que es rechazado por parte del grupo social. La socialización tiene

como mecanismos respetar las reglas y actuar de manera disciplinada.

c. Modelo de autoconocimiento

Cada persona tiene la obligación de clarificar los valores que desea ser propios. Este modelo comprende la decisión consciente y responsable de clarificar y asumir los valores. La persona debe tener una escala de valores propia que le permita tomar decisiones; esto significa que cada persona es el punto de referencia para definir lo que debe hacer en cualquier situación de la vida.

El modelo de autoconocimiento debe, por tanto, promover en cada persona la capacidad de reflexión que le permita asumir sus propios valores como guía de conducta.

El autoconocimiento o reconocimiento de los propios valores tiene tres etapas: selección, estimación y actuación. La primera significa seleccionar previamente los valores que se desea asumir, enseguida apreciarlos y asumirlos como importantes o valiosos y, finalmente, actuar conforme a los criterios sobre los que la persona ha establecido una responsabilidad libremente elegida.

d. Modelo del desarrollo del juicio moral

El desarrollo de la capacidad del razonamiento moral es independiente de las ideologías o de valores del entorno socio

cultural. Explicar los fundamentos del desarrollo del juicio moral ha sido una de las aportaciones más significativas de Piaget, quien planteo la diferencia entre lo que podríamos llamar moral convencional y la derivada de un código moral y racional.

2.2.27. Los riesgos de la educación en valores.

a. La moda de los valores: Hablar de valores, promover valores, fomentar los valores, tiene su riesgo: primero es convertirlos en una moda y la moda siempre es superficial. La búsqueda y la realización de los valores requieren reflexión, profundidad, compromiso y permanencia. Hacer realidad los valores en un ser humano, familia u organización requiere compromiso y desarrollo de convicciones libremente aceptadas.

b. Incongruencia entre el decir y el hacer: Es no tener congruencia entre lo que decimos y lo que hacemos, entre la palabra y los hechos. No ser congruente con los valores que señalamos y con los que practicamos nos conduce inevitablemente a la deshonestidad.

c. Intelectualización de los valores: Clarificar, comprender, describir el significado de la justicia o la honestidad es necesario, pero no suficiente. Pensar, discutir, reflexionar sobre los valores es un primer paso, pero no debemos conformarnos con pensar o intelectualizar los valores, se requiere conocerlos para vivirlos.

d. Entorno adverso o contradictorio: Un niño o joven interactúa con diversos medios que influyen en su comportamiento, en ocasiones apreciara contradicciones entre lo que le propone el maestro y el comportamiento de su propia familia o las propuestas que se plantean en los medios de comunicación. Enseñar en valores es ayudar a que los demás se descubran sí mismos, con sus potencialidades y limitaciones, es conducir a alguien a que logre conocerse, aceptarse y crecer, es preparar para la vida a fin de que cada quien logre comprender el mundo y comprenderse a sí mismo. Educación en valores es enseñar una ética frente a la existencia, para que con sabiduría se aprenda a bien tener, a bien hacer, a bien vivir y a bien ser (Garza, 1998).

2.2.28. Valores Interpersonales.

Se definen como la “Guía que orienta la interacción diaria con las demás, es decir en las relaciones interpersonales, son guías que permiten explicar y/o predecir el comportamiento del individuo en relación con sus semejantes, así como su ajuste personal, familiar y social. (Cainero, L. 2004).

Los valores son parte importante en la formación, en la personalidad y la conducta de las personas que interactúan con otros dentro de un grupo social. Sin embargo, en la actualidad nos encontramos con valores y creencias culturales muy diferentes a los tiempos anteriores, del grado en que éstos encuentren expresión en la vida diaria depende, en gran parte, la satisfacción personal.

Leonard Gordon (1979) refiere que los valores interpersonales constituyen aquellos medios que determinan lo que las personas hacen y cómo lo hacen y que éstas están influidas conscientes o inconscientemente por el sistema de valores que ellos adopten. Asimismo, los valores interpersonales constituyen la compatibilidad e incompatibilidad entre valores inter o intraindividuales; es decir, aquel que implica relaciones de un individuo con los demás.

2.2.29. Factores de los Valores Interpersonales.

Los humanos como seres eminentemente sociales necesitamos del contacto con las demás que nos rodean, esto por diversos motivos que van desde, la satisfacción de nuestras necesidades hasta para poder y recibir soporte, cariño y a través de estas relaciones, desarrollando nuestra propia identidad, ahora bien para que estas relaciones funcionen saludablemente y nos proporcionen beneficios y a la vez las relaciones de los demás con nosotros sean fructíferas existen una diversidad de aspectos que entran a tallar y que nos permiten lograr todo lo antes mencionado.

Uno de los aspectos son los valores que cada ser humano aporta en esta interrelación, los valores son guías de conducta, que nos permitirán interactuar en el mundo real de una forma óptima y enriquecedora. La calidad de nuestras relaciones interpersonales dependerá de cómo los enfrentamos, como actuamos en distintas situaciones y como percibimos la actuación de los demás, esta dinámica podríamos decir que en cierta forma se ve regida por los valores

dentro de otros muchos criterios de evaluación como pueden ser las actitudes, necesidades, motivaciones y prejuicios entre otros. Como nos dice Thahtemberg (citado por Santillana, 2003) “Los valores se construyen a través de la permanente interacción humana que los ejemplifica con la acción”.

El desarrollo de las interrelaciones entre los hombres está supeditado a la forma como se perciben mutuamente y a nuestro parecer, en esta percepción los valores que se demuestran juegan un papel importante ya que de acuerdo a ellos las personas podrán percibir la calidad de seres humanos que somos ya que no es lo mismo un hombre solidario, benevolente a otro egoísta y altivo, es decir no es lo mismo una persona con valores y otra sin ellos o con muy pocos de ellos, tampoco es lo mismo guiarnos por valores si no es conveniente o no, por ejemplo se es benevolente con alguien porque se espera en alguna oportunidad obtener algo de dicha persona.

Como hemos visto, los valores pueden inferir de lo que los sujetos hacen y como lo hacen, muchas de sus decisiones inmediatas, así como sus planes a futuro están influidas por el sistema de valores que adopten. La satisfacción personal depende en gran medida del grado en que los valores encuentren expresión en la vida diaria; es decir podemos inferir los valores interpersonales que rigen las relaciones de las personas con sus semejantes a través de la importancia que demuestran por diferentes aspectos de estas relaciones (Higuera y Pérez, 1992).

Según Vizacarra (1999), (citado por Jara Gonzales, 2018) Los valores interpersonales tienen que ver con los acuerdos sociales, las reglas de urbanidad que deben seguirse, las costumbres y normas sociales que son casi siempre culturales y susceptibles de ser modificadas si el grupo o la autoridad lo deciden.

Según Leonard Gordon (1979) refiere que los valores interpersonales constituyen aquellos medios que determinan lo que las personas hacen y cómo lo hacen y que éstas están influidas conscientemente o inconscientemente por el sistema de valores que ellos adopten. Asimismo, los valores interpersonales constituyen la compatibilidad e incompatibilidad entre valores inter o intra individuales; es decir, aquel que implica relaciones de un individuo con los demás. Gordon y otros autores definen estos seis factores o valores interpersonales y son:

a. Soporte: Ser tratado con comprensión, amabilidad y consideración.

Recibir apoyo y aliento de otras personas. Barón y Byrne lo define como “apoyo social” que procura el bienestar físico y psicológico proporcionado por amigos y familiares. Según Kisil, 1995 (citado por Santillana, 2003), las necesidades y carencias del ser humano hacen de él una criatura social, porque está en la naturaleza del hombre necesita de otros y la necesidad implica dependencia.

b. Conformidad: Hacer lo que es socialmente correcto y aceptado, acatar las normas comunes de convivencia. Es la aceptación de la

organización social en la que se vive. Mediante este valor conocemos que tan desarrollada está la actitud hacia lo que es socialmente correcta y la aceptación de reglas sociales de la estabilidad y seguridad en la que uno se desenvuelve (Higueras y Pérez, 1992). Baron y Byrne (1998), indican que es el tipo de influencia social en la que los individuos cambian sus actitudes o comportamientos para cumplir con las normas sociales existentes, porque la influencia social es una parte muy importante de la interacción social. Así que es posible que en las personas haya esta fuerte tendencia hacia la conformidad, es decir hacia el ir acorde con las expectativas de la sociedad.

Esto quizás se deba a fuertes necesidades del ser humano como lo dicen Baron y Byrne (1998); el deseo de gustar o ser aceptado por los demás y el deseo de estar en lo cierto; entonces ambas influencias serian la base para una tendencia en la conformidad. También Salazar Rojas, 1995 (citado por Santillana, 2003) considera que la conformidad de la conducta, con las expectativas de las personas significativas es uno de los productos finales del proceso de socialización.

- c. **Reconocimiento:** Ser respetado y admirado, ser considerado importante y se le reconozca lo que hacen. Las personas suelen manifestar este valor en sus interacciones sociales ya que siempre

buscan ser admirados por sus compañeros, y reconocidos por los demás, dependiendo del entorno social en el que se desarrolle (Santillana, 2003).

- d. Independencia:** Tener el derecho de hacer lo que uno quiera. Ser libre para tomar decisiones por sí mismo y actuar sólo a favor del propio criterio. Para Merani, 1976 (citado por Tierno, 1996) significa confianza en sí mismo y una fuerte negativa a dejarse dominar.
- e. Benevolencia:** Hacer cosas por los demás, ayudar a los más necesitados. Amor al prójimo, deseo de ayudar a los necesitados, este valor en la mayoría de ocasiones se da en el sentido de tendencia afectiva que, en la concertación de obras, es decir la mayoría nos limitamos a pensar y desear en que las cosas mejores para quienes sufren pero muy pocas veces participamos activamente para ayudar a los demás (Higueras y Pérez, 1992).
- f. Liderazgo:** Para Higueras y Pérez (1992) significa el gusto por el mando y por todas las situaciones que impliquen tomar decisiones con autoridad sobre otras personas.

Baron y Byrne (1998) mencionado por (Jara Gonzales, 2018) definen el liderazgo como “el proceso a través del cual los líderes influyen en otros miembros del grupo, hacia el logro de metas específicas grupales”. Señala además que el liderazgo tiene

que ver con la influencia y como todas las relaciones sociales son reciprocas por la naturaleza, ya que los líderes son influidos por sus seguidores, así como ellos influyen en sus seguidores.

Portugal (2000), mencionado por (Jara Gonzales, 2018) afirma que “es un proceso de relación interpersonal en el que se reafirma la capacidad que ciertas personas tienen para motivar, inspirar, organizar y movilizar masas de personas para que actúen al unísono en busca de un fin determinado”.

2.3. Definición Conceptual de las Variables.

Phubbing

Escavy (2014) Define phubbing como la manera de prestar más atención a un dispositivo capaz de recibir y enviar información de informática, por medio del cual se puede tener relación entre personas utilizando la famosa red social que fácilmente se puede encontrar en internet; que a una persona física con la que se puede tener relación cara a cara, manteniendo una conversación.

Valores interpersonales

Monografías Plus (s. f):

Son aquellos que implican relaciones de un individuo con los demás. Tal tipo de valores tiene una gran relevancia en el ajuste personal, social, familiar y profesional del individuo. Los principales son estímulo, conformidad, reconocimiento, independencia, benevolencia, liderazgo.

2.4. Sistema de Variables – Dimensiones e Indicadores

2.4.1. Variables

Variable 1: Phubbing.

Variable 2: Valores Interpersonales.

2.4.2. Dimensiones e Indicadores

Dimensiones – Phubbing

Ansiedad:

Se entiende como sensaciones de desesperación o angustia al no tener consigo el aparato celular, así como el temor de perder o quedarse sin batería su teléfono, interfiriendo en su vida y en su salud mental.

Privarse del sueño (Insomnio)

Las personas se desvelan hasta altas horas de la noche alterando su sueño por noche por motivo que pasan revisando constantemente los teléfonos celulares, usando diversidades de funciones o aplicaciones alterando su ritmo de sueño, perjudicial en su salud puesto al desvelarse y no dormir las a horas adecuadas, tienden a sentirse pesadez cansancio, fatiga e insomnio realizando inadecuadas funciones en su vida personal.

Relaciones interpersonales

Las personas se ven afectadas en sus habilidades sociales para relacionarse con otras personas, ya que prefieren el mundo virtual que lo real, provocando una comunicación menos asertiva, fría, generando una desconfianza en sus acompañantes y en ocasiones malestar e

incomodidad porque piensa que más le importa el teléfono celular que el acompañante.

Dependencia

Las personas que tienden a usar el teléfono celular excesivamente, presentan dificultades o pérdida de interés por otras actividades que inicialmente están realizando, así mismo interfiriendo en su autonomía personal, generando síndrome de abstinencia y pérdida de control.

Indicadores – Phubbing:

- Nunca
- Casi Nunca
- Casi Siempre
- Siempre

Dimensiones - Valores interpersonales

- **Soporte (S):** Ser tratado con comprensión, amabilidad y consideración, recibir apoyo y aliento de otras personas. Si se obtiene un nivel alto indica fuerte necesidad de comprensión afectiva y protectora, por lo contrario, un nivel bajo refleja baja necesidad del apoyo y comprensión de los demás.
- **Conformidad (C):** Hacer lo que es socialmente correcto, aceptado y acatar las normas comunes de convivencia. Un nivel alto indica que es mayor la aceptación de la organización social en que se vive, así como más desarrollada la actitud hacia lo que es

socialmente correcto. El obtener un nivel bajo supone una pobre aceptación de lo que significa sujeción a las reglas sociales o a normas estrictas de conducta

- **Reconocimiento (R):** Ser respetado y admirado, ser considerado importante y que se le reconozca lo que hace. Cuando se obtiene un nivel alto revela fuerte necesidad de ser admirado, de ser importante y que los demás reconozcan que es así. Si se obtiene un nivel bajo indica escasa necesidad de ser elogiado o que se reconozcan los méritos que se creen tener.
- **Independencia (I):** Tener el derecho de hacer lo que uno quiera. Ser libre para tomar decisiones por sí mismo y actuar solo a favor del propio criterio. Un nivel alto significa mayor tendencia al individualismo egocéntrico, a la estimación de la libertad personal sin trabas, a hacer las cosas solo a favor del propio criterio, contrariamente un bajo nivel indicaría menor la tendencia a obrar pensando solo en las necesidades e intereses de uno mismo.
- **Benevolencia (B):** Hacer cosas por los demás, ayudar a los más necesitados. Al alcanzar un nivel alto significa que probablemente existe actitud de amor al prójimo, deseo de ayudar a los más necesitados, aunque quizás más es en sentido de tendencia afectiva que de concreción de obras. Si se obtiene un nivel bajo expresa rechazo e indiferencia hacia las necesidades ajenas.

- **Liderazgo (L):** Estar encargado de otras personas, tener autoridad y poder. Cuando se obtiene un nivel alto supone mayor el deseo y gusto por las actitudes de mando y por toda situación que implica tomar decisiones con autoridad sobre otras personas. Por otro lado, si se alcanza un nivel bajo indica escasa tendencia a imponer la propia voluntad y autoridad.

Indicadores – Valores Interpersonales:

- Bajo
- Medio
- Alto

2.5. Definición Operacional de las Variables

- **VARIABLE 1:**
Phubbing
- **VARIABLE 2:**
Valores Interpersonales

Tabla 1
Operacionalización de variables

Problema	Variables	Dimensiones	Indicadores	
Relación del Phubbing y los Valores Interpersonales en Jóvenes de La Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco-Perú 2019	Phubbing (Instrumento: Escala de Phubbing - 23 Ítems)	Ansiedad Insomnio (11 Ítems 1,6,8,10,14,17,18,20,21,23)	Puntaje Nunca : 1 Casi nunca : 2 Casi Siempre: 3 Siempre : 4	Niveles: Bajo (5 - 25). Medio (30- 75) Alto (80 – 95)
		Relaciones Interpersonales (5 Ítems - 3,5,7,9,11)		
		Dependencia (7 Ítems: ,4,12,13,15,19,22)		
	Valores Interpersonales (Instrumento: Cuestionario de Valores Interpersonales – SIV - 90 Ítems)	Soporte (S) 15 Ítems : 2,12,14,27,29,33,36,40,47,52,58,64,69,75,87	Puntajes: (+) = 2 () = 1 (-) = 0	Niveles: Bajo (1-31) Medio (32 – 63) Alto (64 – 99)
		Conformidad (C) 15 Ítems : 5,9,13,20,25,32,35,48,53,57,63,66,80,85,89		
		Reconocimiento (R) 13 Ítems : 6,10,19,22,30,38,45,49,70,77,79,82,88		
		Independencia (I) 16 Ítems : 1,4,11,16,24,34,39,43,50,55,61,68,74,78,83,90		
		Benevolencia (B) 15 Ítems : 3,8,18,23,28,42,44,51,54,60,62,71,73,81,86		
		Liderazgo (L) 16 Ítems : 7,15,17,21,26,31,37,41,46,56,59,65,67,72,76,84		

Elaboración: Equipo de trabajo

2.6. Hipótesis

2.6.1. Hipótesis General:

Hi: Existe una relación significativa entre el Phubbing y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho: No existe una relación entre el Phubbing y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

2.6.2. Hipótesis Específicas:

Hi1 El nivel de Phubbing en sus tres dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, es alto.

Ho1: El nivel de Phubbing en sus tres dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, no es alto

Hi2: Los Valores Interpersonales en sus seis dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” se encuentran en un nivel medio.

Ho2: Los Valores Interpersonales en sus seis dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” no se encuentran en un nivel medio.

Hi3. Existe relación significativa entre la Dimensión “Ansiedad – Insomnio” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho3: No existe relación significativa entre la Dimensión “Ansiedad – Insomnio” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Hi4. Existe relación significativa entre la Dimensión “Relaciones Interpersonales” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho4: No existe relación significativa entre la Dimensión “Relaciones Interpersonales” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Hi5. Existe relación significativa entre la Dimensión “Dependencia” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho5: No existe relación significativa entre la Dimensión “Dependencia” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la

Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio
Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

CAPITULO III.

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Nivel, Tipo de Investigación, Método De Investigación

2.1.1. Nivel de Investigación:

Esta investigación es correlacional, donde determinamos el grado de relación o asociación (no causal) existente entre dos o más variables. En estos estudios, primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. (Fidias G., 2012, pág. 25)

2.1.2. Tipo de Investigación:

Según la profundidad del estudio corresponde al tipo correlacional, la cual “tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más variables” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 105). Se pretende analizar la relación existente entre las variables de estudio: Phubbing y Valores Interpersonales.

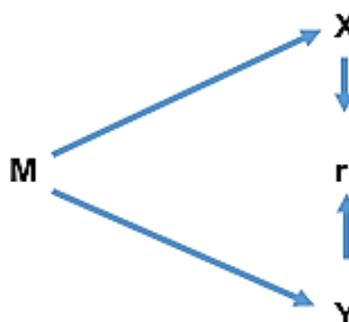
2.1.3. Método de investigación:

Descriptivo: Su preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

2.2. Diseño De Investigación

El diseño correspondiente de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) al diseño no experimental, por cuanto no se manipularán las variables, en virtud que solo se observarán los hechos como se dan en el contexto natural, para luego ser analizadas según la secuencia del estudio, es de corte transversal debido que los datos serán obtenidos en un solo tiempo o llamado tiempo único.

El diseño de investigación se representa por el siguiente esquema:



LEYENDA

M: Muestra.

X: Phubbing.

Y: Valores Interpersonales.

R: Relación existente entre las variables.

2.3. Ámbito de la investigación.

La investigación se enmarca en el ámbito del Phubbing en la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan “de Huánuco, para poder establecer estrategias adecuadas de identificación, prevención y

tratamiento de la información entre sus distintos niveles y miembros de la Facultad de Psicología que repercutirá en los valores Interpersonales de los mismos. Es decir, se trata de establecer una relación directa entre Phubbing y los valores Interpersonales.

Es así como la presente investigación es importante , pues pretende detectar el Phubbing y los valores interpersonales percibido y experimentado por los jóvenes universitarios de la facultad de psicología participantes, porque en la medida que se compruebe casos de Phubbing y deficiencia en los valores interpersonales, entonces, estaremos en condiciones de proponer prevención al Phubbing ,así como alternativas para aumentar el significado y la importancia de los valores interpersonales que promueva satisfactoriamente a una mejor formación personal y profesional de los jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Nacional “ Hermilio Valdizan “ Huánuco – Perú 2019 .

2.4. Población y Muestra.

2.4.1. Población

La población está constituida por jóvenes de la Facultad de Psicología perteneciente a la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” de Huánuco, cuya población total de estudiantes universitarios consta de 283 matriculados en el año lectivo 2019 I-II

Criterio de Inclusión

- ✚ Jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan “de ambos sexos y edades.

✚ Jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Nacional
“Hermilio Valdizan “del primer a quinto año de estudios.

✚ Jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Nacional
“Hermilio Valdizan que asistan formalmente a sus clases y se
encuentren dentro del aula al que pertenecen.

Criterios de Exclusión

✚ Jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Nacional
“Hermilio Valdizan que no deseen participar de la investigación.

✚ Estudiantes que no consigan completar los cuestionarios o de forma
incorrecta.

✚ Jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Nacional
“Hermilio Valdizan “del sexto año de internado.

2.4.2. Muestra

Para la determinación óptima de la muestra se utilizó la fórmula estadística de Gabaldon (1980), considerando un margen de 5% de error y 95% de nivel de confiabilidad, ya que se trató de contar con una muestra representativa de la población para obtener en la investigación resultados aceptables:

$$n = \frac{pq}{\left(\frac{l}{z}\right)^2 + \frac{pq}{N}}$$

Dónde:

N = Universo (283)

l = Margen de error **5**.

z = Nivel de confianza 95 = 1.96

(Considerando la probabilidad de que el 50% no posee las mismas características)

P = Variabilidad 50 (Considerando la probabilidad de que el 50% posea las mismas características de la población)

Q = Variabilidad 50

$$n = \frac{pq}{\left(\frac{l}{z}\right)^2 + \frac{pq}{N}} = \frac{(0.5) * (0.05)}{\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + \frac{0.5 * 0.5}{283}} = \frac{0.21635}{\frac{25}{38416} + \frac{0.25}{283}} = 163$$

Entonces:

La muestra es 163 jóvenes del Primer año a Quinto de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” de la provincia de Huánuco – Perú 2019.

En la tabla siguiente se especifica la muestra por estratos desde primero a quinto.

Tabla 2 Estratificación de la muestra según grados de estudio

Grado	Nivel de Población	%	A nivel de Muestra
1	49	17.3%	28
2	66	23.3%	38
3	44	15.5%	25
4	56	19.8%	32
5	68	24.0%	40
Internado		0.0%	-
Total	283	163	163

Elaboración: Equipo de trabajo

El Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo fue probabilístico, aleatorio simple; (al azar), es decir, cada sujeto de la población tendrá la misma posibilidad de ser elegido.

2.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos – Validez y Confiabilidad

Para llevar a cabo la presente investigación, Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de los datos de campo son:

Para la variable 1: Phubbing, el instrumento que se empleó es la Escala del Phubbing elaborado por (Cumpa Prada, 2017) que consta de 23 ítems, enunciados con alternativas politómicas tipo escala Likert

La confiabilidad de la Escala del Phubbing

La confiabilidad se obtuvo a través del método de Consistencia Interna, utilizando para ello, el coeficiente de Alfa de Cronbach, para establecer la relación entre cada ítem con el resultado total.

Tabla 3

Confiabilidad de la Escala de Phubbing por el Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.822	3

Elaboración: Tesistas

Obteniendo un 0.822 con un nivel alto de consistencia entre las dimensiones de la Escala de Phubbing.

Para la variable 2: Valores Interpersonales, el instrumento que se empleó es el Cuestionario elaborado por Leonard V. Gordon que consta de 90 ítems, tipo escala de Likert. Ambos instrumentos se encuentran debidamente validados por los respectivos autores (Ver anexo)

Confiabilidad

Hay acuerdo general en que la confiabilidad de la prueba es muy buena. Los coeficientes obtenidos con el método tes-retest en todas las escalas, varían entre 0.71 y 0.86. Estos coeficientes de confiabilidad, según opina Gordon, son lo suficientemente altos como para permitir interpretaciones individuales.

Validez

El SIV fue desarrollado mediante el uso del análisis factorial. Puede decirse, por lo tanto, que las escalas del SIV tienen validez factorial.

Otra manera de evaluar la validez de un cuestionario de personalidad es determinar la razonable relación entre dicho instrumento y otras medidas. Si estas relaciones corresponden a las expectativas y son lógicas y uniformes, se acumulan la confianza adicional respecto a la utilidad práctica de la prueba. El

SIV ha sido correlacionado con otras medidas de valores y de rasgos de personalidad.

2.6. Procedimientos de la recolección de la Información

- Para realizar esta investigación se solicitó el apoyo del personal administrativo de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL – Huánuco.
- Sensibilización de los jóvenes universitarios involucrados de la facultad de Psicología sobre el motivo de la evaluación.
- Permiso por parte de los docentes en los horarios correspondientes.
- Aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

Para la variable 1: Phubbing se utilizó la técnica de la Encuesta.

Para la variable 2: Valores Interpersonales se utilizó la técnica de la Encuesta

2.7. Técnica de procesamiento de Datos.

- Revisión de los datos procesamiento de la información.
- Elaboración de tablas estadísticas y su respectiva interpretación.
- Análisis y discusión de la información con aplicación de SPSS.
- Redacción del informe.
- Presentación de los resultados de la investigación.

CAPITULO IV.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación de resultados

Tabla 4.

Niveles del Phubbing en su dimensión “Ansiedad – Insomnio” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Nivel	f	%
Bajo	50	30.67
Medio	95	58.28
Alto	18	11.04
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Escala de Phubbing a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

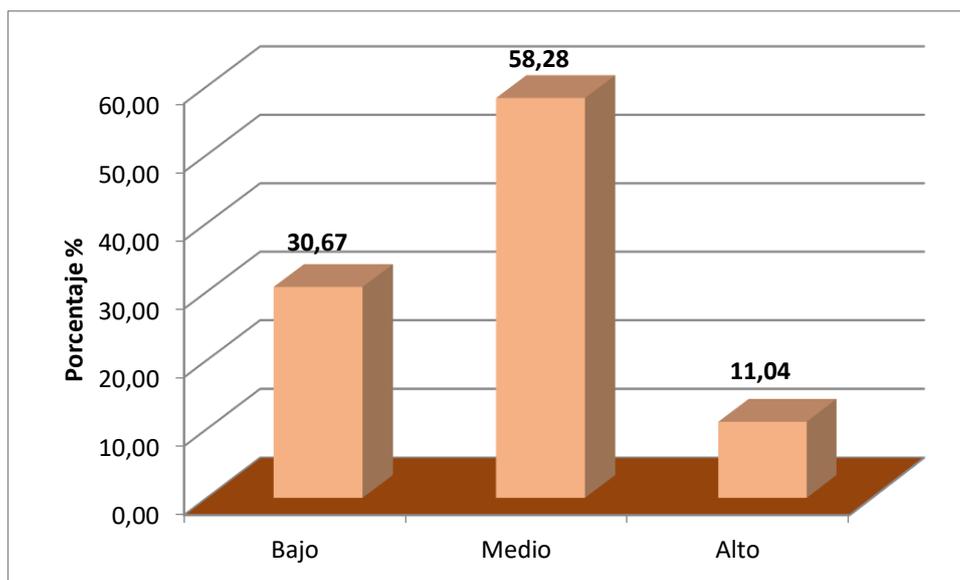


Figura 1 Niveles del Phubbing en su dimensión “Ansiedad Insomnio” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 3

Interpretación

En la Tabla 3, encontramos en la variable Phubbing la dimensión de Ansiedad – Insomnio, donde podemos observar que el 58.28 % (95) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentra en un nivel medio, lo cual indica que existe un uso adecuado de los teléfonos celulares, no obstante, no se puede considerar que tenga un problema a futuro; así mismo encontramos que el 30.57 % (50) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel bajo lo cual indica que no existe problemas en su vida diaria sin alterar su salud mental y habilidades sociales, y por último encontramos que un 11.04 % (18) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel alto, denotando dificultades en sus inferencias personales, falta de control, autonomía propia, pobre escasez en sus habilidades sociales, perjudicando su salud y bienestar psicológico.

Tabla 5:
Niveles del Phubbing en su dimensión “Relaciones Interpersonales” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

<i>Nivel</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Bajo	57	34.97
Medio	94	57.67
Alto	12	7.36
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Escala de Phubbing a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

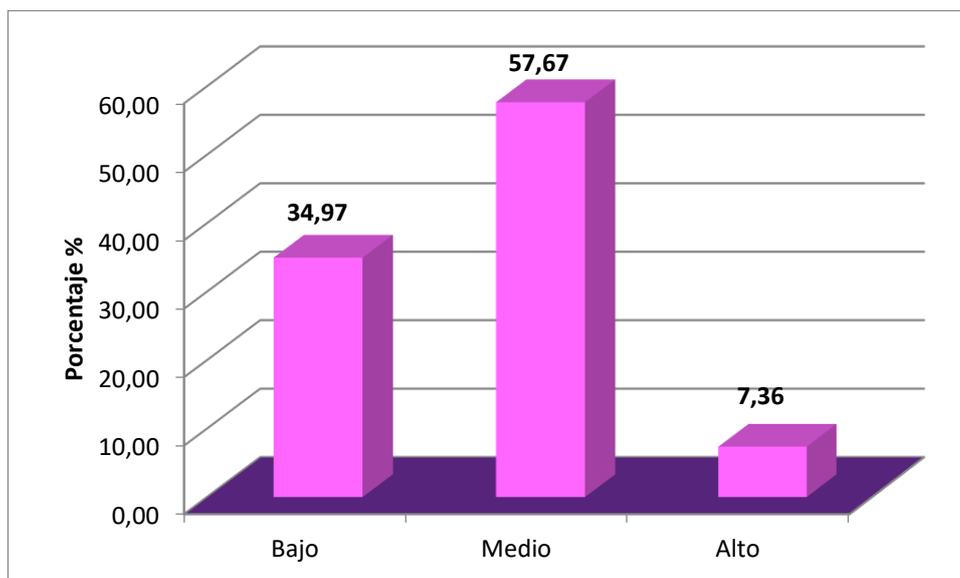


Figura 2: Niveles del Phubbing en su dimensión “Relaciones interpersonales” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 4

Interpretación

En la Tabla 4, encontramos en la variable Phubbing la dimensión de Relaciones Interpersonales, donde podemos observar que el 57.67 % (94) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentra en un nivel medio, lo cual indica que existe un uso adecuado de los teléfonos celulares, no obstante, no se puede considerar que tenga un problema a futuro; así mismo encontramos que el 34.97 % (57) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel bajo lo cual indica que no existe problemas en su vida diaria sin alterar su salud mental y habilidades sociales, y por último encontramos que un 7.36 % (12) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel alto, denotando dificultades en sus inferencias personales,

falta de control, autonomía propia, pobre escasez en sus habilidades sociales, perjudicando su salud y bienestar psicológico.

Tabla 6:
Niveles del Phubbing en su dimensión “Dependencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019 Phubbing - Dependencia

Nivel	f	%
Bajo	69	42.33
Medio	81	49.69
Alto	13	7.98
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Escala de Phubbing a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

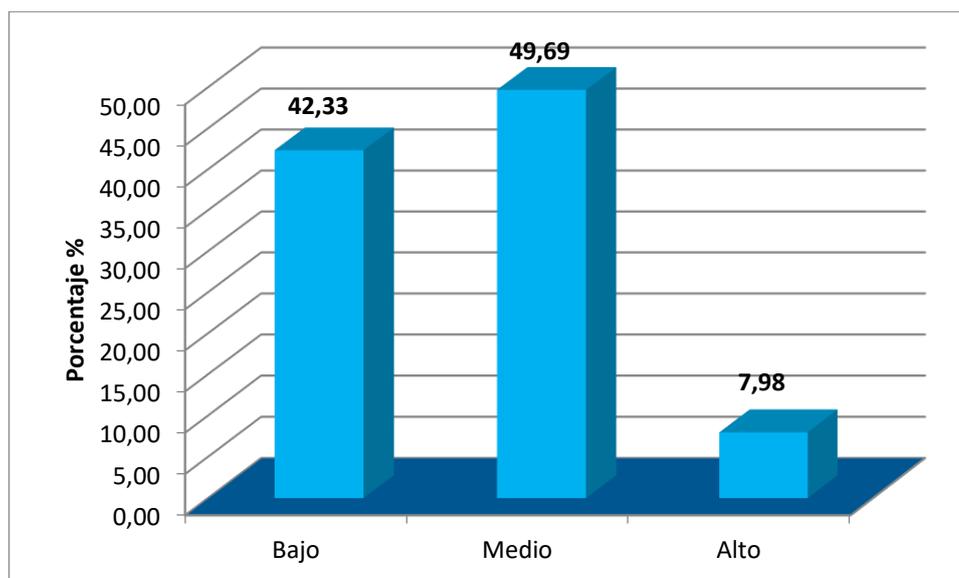


Figura 3: Niveles del Phubbing en su dimensión “Dependencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019 Nivel general de dependencia

Fuente: Tabla 5

Interpretación

En la Tabla 5, encontramos en la variable Phubbing la dimensión de Dependencia, donde podemos observar que el 49.69 % (81) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentra en un nivel medio, lo cual indica que existe un uso adecuado de los teléfonos celulares, no obstante, no se puede considerar que tenga un problema a futuro; así mismo encontramos que el 42.33 % (69) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel bajo lo cual indica que no existe problemas en su vida diaria sin alterar su salud mental y habilidades sociales, y por último encontramos que un 7.98 % (13) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel alto, denotando dificultades en sus inferencias personales, falta de control, autonomía propia, pobre escasez en sus habilidades sociales, perjudicando su salud y bienestar psicológico.

Tabla 7:
Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Soporte” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

<i>Nivel</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Bajo	65	39.88
Medio	59	36.20
Alto	39	23.93
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Cuestionario de Valores Interpersonales -SIV a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

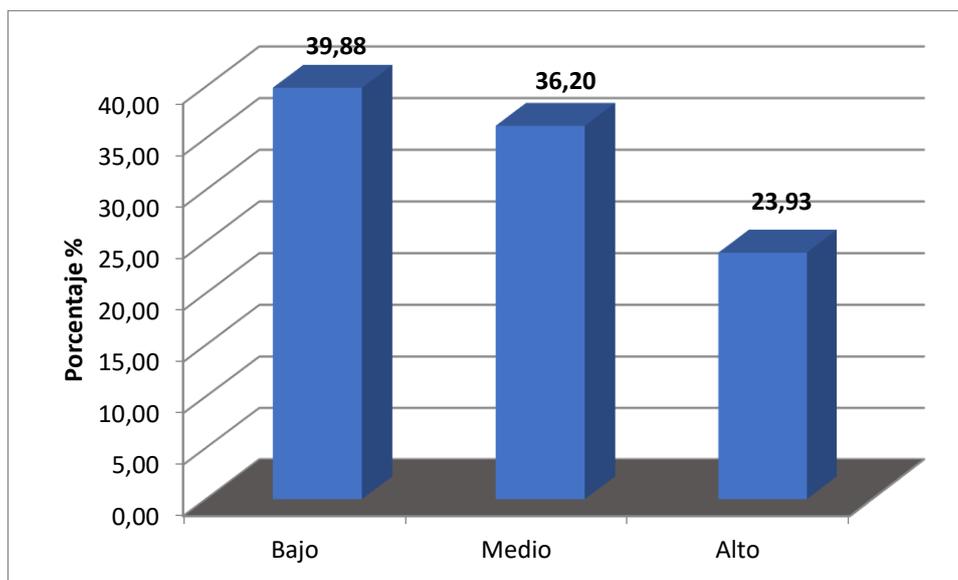


Figura 4: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Soporte” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 6

Interpretación

En la tabla 6, sobre el valor interpersonal en su dimensión “soporte” encontramos que el 39.88% (65) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel bajo, lo cual indica poca necesidad del apoyo y comprensión de los demás (frecuente cuando la situación personal implica sensación de seguridad y madurez afectiva); asimismo encontramos que el 36.2% (59) se encuentra en un nivel medio seguido del 23.93% (39), de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel alto indicando fuerte necesidad de comprensión afectiva y protectora (generalmente cuando el ambiente no ofrece suficiente comunidad social afectiva)

Tabla 8:

Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Conformidad” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

<i>Nivel</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Bajo	90	55.21
Medio	48	29.45
Alto	25	15.34
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Cuestionario de Valores Interpersonales -SIV a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

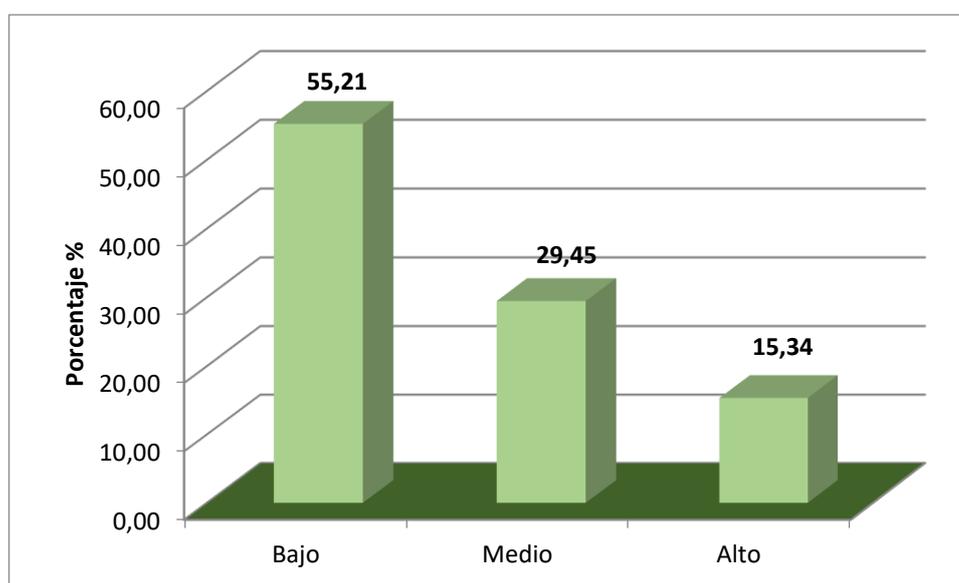


Figura 5: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Conformidad” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 7

Interpretación

En la tabla 7, sobre el valor interpersonal – conformidad encontramos que el 55.21% (90) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel Bajo, lo cual indica poca

aceptación de lo que significa sujeción a reglas sociales o a normas estricta de conductas, asimismo encontramos que el 29.45% (48) se encuentra en un nivel medio, seguido 15.34% (25), de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 que poseen un nivel Alto, indicando mayor aceptación de la organización social en que se vive, más desarrollada la actitud hacia lo que socialmente correcto.

Tabla 9

Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Reconocimiento” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Nivel	f	%
Bajo	126	77.30
Medio	23	14.11
Alto	14	8.59
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Cuestionario de Valores Interpersonales -SIV a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

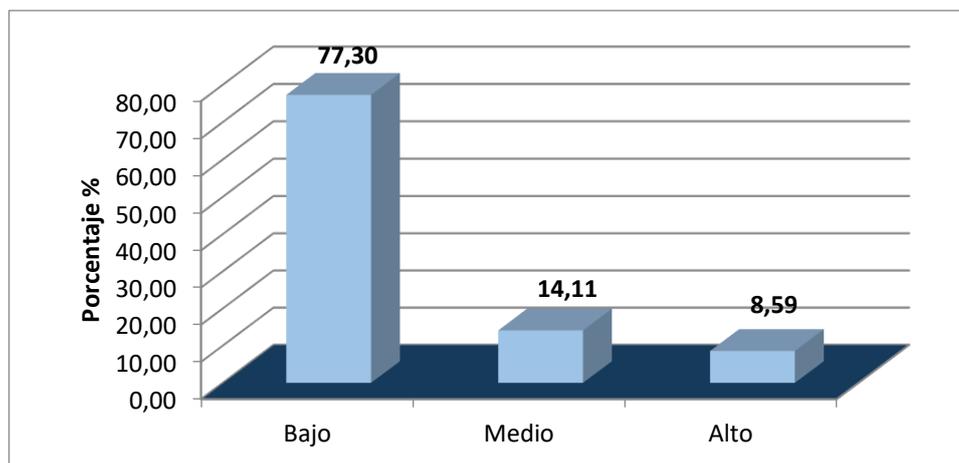


Figura 6: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Reconocimiento” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 8

Interpretación

En la tabla 8, sobre el valor interpersonal – reconocimiento encontramos que el 77.30% (126) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel bajo, lo cual indica poca necesidad de ser elogiado o de que se reconozcan los méritos que se creen tener, asimismo encontramos que el 14.11% (23) se encuentra en un nivel medio, seguido del 8.59% (14), de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel Alto, lo cual revela fuerte necesidad de ser admirados, de sentirse integrados e importantes y así ser reconocidos por sus éxitos y méritos que se creen tener, debemos considerar que todo ser humano tiene la necesidad de sentirse valorado por si mismo y por los demás, y cuando esta necesidad está cubierta, la persona se siente segura de si mismo, mientras que si no están cubiertas, sufrirá desajustes que se expresan en sentimientos de inferioridad, inestabilidad emocional, depresión, etc

Tabla 10:

Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Independencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Nivel	f	%
Bajo	17	10.43
Medio	64	39.26
Alto	82	50.31
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Cuestionario de Valores Interpersonales -SIV a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

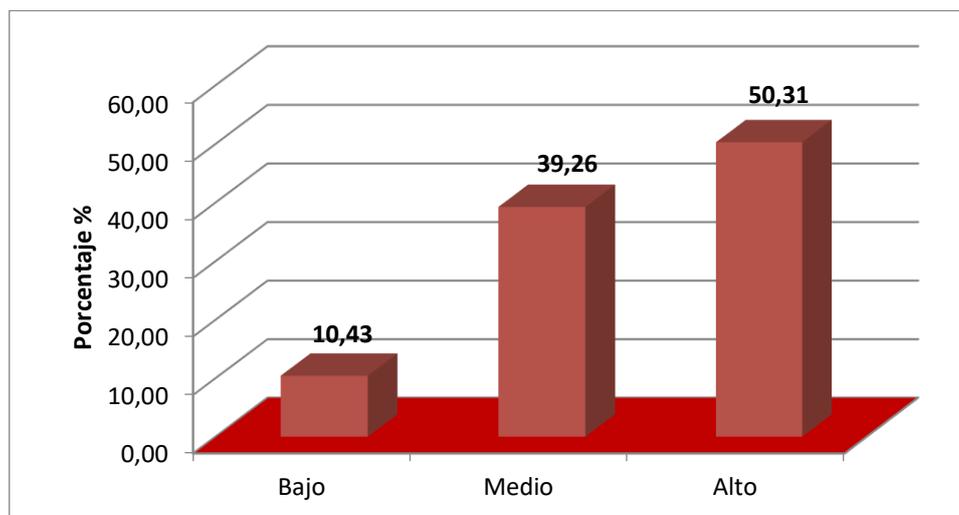


Figura 7: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Independencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 9

Interpretación

En la tabla 9, sobre el valor interpersonal – independencia encontramos que el 50.31% (82) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel Alto, indicando mayor la tendencia al individualismo egocéntrico a su estimación personal y hacer las cosas a favor de su propio criterio, asimismo encontramos que el 39.26% (64) se encuentra en un nivel medio, seguido del 10.43% (17), de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel Bajo lo cual indica que poseen una menor tendencia a obrar pensando solo en sus necesidades e intereses personales, lo que deriva en una adecuada socialización de estos jóvenes.

Tabla 11:

Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Benevolencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Nivel	f	%
Bajo	11	6.75
Medio	25	15.34
Alto	127	77.91
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Cuestionario de Valores Interpersonales -SIV a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

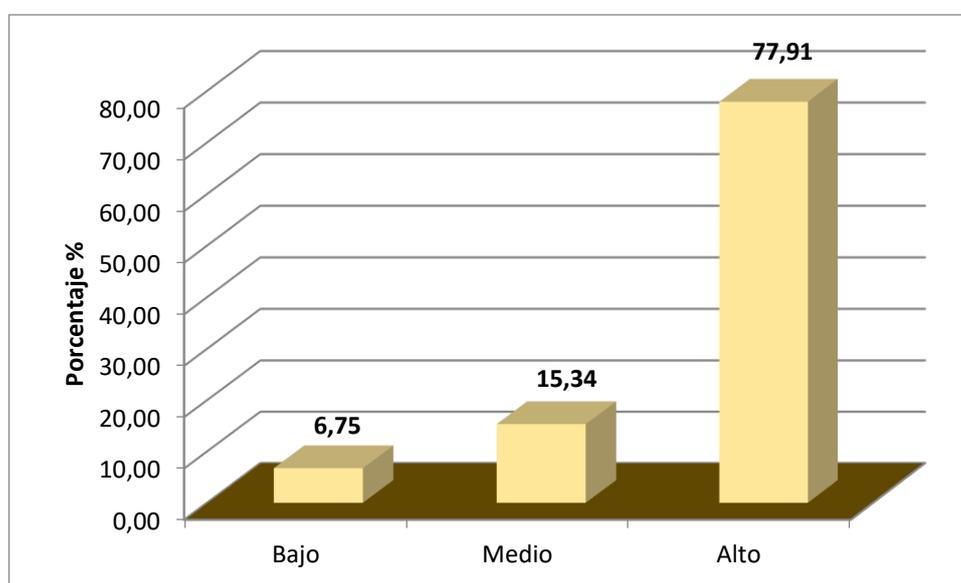


Figura 8 Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Benevolencia” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 10

Interpretación

En la tabla 9, sobre el valor interpersonal – benevolencia encontramos que el 77.91% (127) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel Alto, indicando una actitud de

amor al prójimo, deseos de ayudar a los más necesitados con fines, asimismo encontramos que el 15.34% (25) se encuentra en un nivel medio, seguido del 6.75% (11), de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel Bajo indicando su poca intención de ayudar al prójimo, lo cual genera algunas veces por la competitividad y la falta de empatía hacia los demás.

Tabla 12

Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión de “Liderazgo” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Nivel	f	%
Bajo	100	61.35
Medio	31	19.02
Alto	32	19.63
Total	163	100

Elaboración: Tesistas

Fuente: Encuesta Cuestionario de Valores Interpersonales -SIV a jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Hermilio Valdizan, 2019

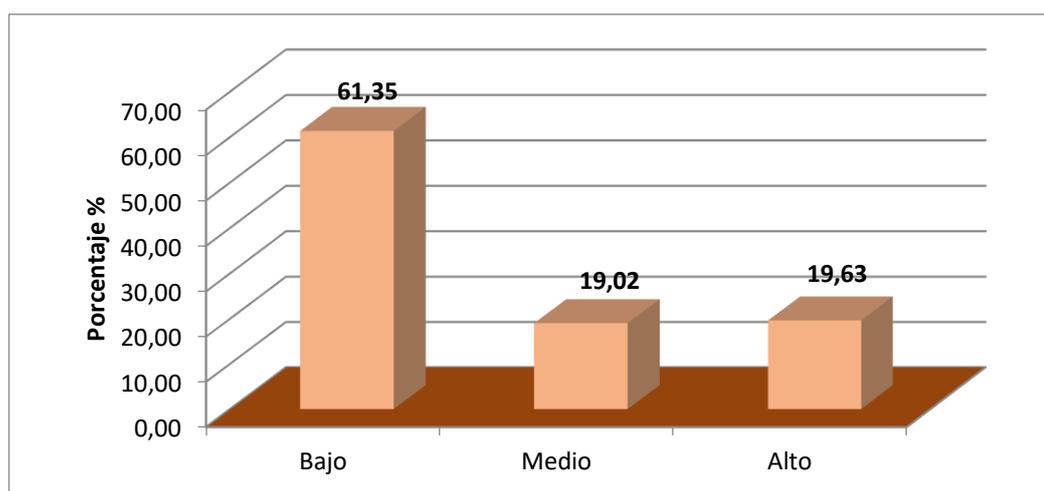


Figura 9: Niveles de Valor Interpersonal en su dimensión “Liderazgo” en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019

Fuente: Tabla 11

Interpretación

En la tabla 11, sobre el valor interpersonal – liderazgo encontramos que el 61.35% (100) de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se encuentran en un nivel bajo, lo cual indica poca tendencia a imponer la propia voluntad y la autoridad; asimismo encontramos que el 19.63% (32) se encuentra en un nivel alto de lo cual podemos inferir que los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 poseen cierta necesidad de mando, de ser decisivos, les gusta tener autoridad sobre otras personas, seguido del 19.02% (31), de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Unheval – Huánuco – Perú 2019 se ubican en un nivel medio.

4.2. Verificación de hipótesis

Hipótesis General

Hi: Existe una relación significativa entre el Phubbing y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho: No existe una relación entre el Phubbing y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Correlaciones

Tabla 13

Correlación del phubbing y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

		siv	pub
Valores Interpersonales	Correlación de Pearson	1	0,191*
	Sig. (bilateral)		0,015
	N	163	163
Phubbing	Correlación de Pearson	0,191*	1
	Sig. (bilateral)	0,015	
	N	163	163

** la correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)

Elaboración: Tesistas

Por lo observado en la presente tabla entre el phubbing y los valores interpersonales en los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019, encontramos un $r=0,191$, con un nivel de significancia de 0,015, por ende, se acepta la hipótesis de investigación (H_i) es decir existe una relación significativa entre el Phubbing y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – 2019 así mismo se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Especifica 1

H_{i1} El nivel de Phubbing en sus tres dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, es alto.

Ho1: El nivel de Phubbing en sus tres dimensiones jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, no es alto

Los resultados obtenidos en la tabla 3, 4 y 5, demostraron que se encuentran en un nivel medio, por tanto, se acepta la Hipótesis nula 1 (Ho1), es decir el nivel de Phubbing en sus tres dimensiones en los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, no es alto

Hipótesis Especifica 2

Hi2: Los Valores Interpersonales en sus seis dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” se encuentran en un nivel medio.

Ho2: Los Valores Interpersonales en sus seis dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” no se encuentran en un nivel medio.

Los resultados obtenidos comprenden:

- Dimensión Soporte Nivel Bajo (Tabla 6)
- Dimensión Conformidad Nivel Bajo (Tabla 7)
- Dimensión Reconocimiento Nivel Bajo (Tabla 8)
- Dimensión Independencia Nivel Alto (Tabla 9)
- Dimensión Benevolencia Nivel Alto (Tabla 10)
- Dimensión Liderazgo Nivel Bajo (Tabla 11)

Por tanto, se acepta la Hipótesis nula 2 (Ho2), es decir los Valores Interpersonales en sus seis dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” no se encuentran en un nivel medio.

Hipótesis Especifica 3

Hi3. Existe relación significativa entre la Dimensión “Ansiedad – Insomnio” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho3: No existe relación significativa entre la Dimensión “Ansiedad – Insomnio” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Tabla 14

Correlación de ansiedad - Insomnio y valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

		siv
Ansiedad -	Correlación de Pearson	0,185*
Insomnio	Sig. (bilateral)	0,018
	N	163

Elaboración: Tesistas

En la presente tabla 13, la dimensión “ansiedad – insomnio” y valores interpersonales presentan un $r=0,185$ con un nivel de significancia de 0,018, $p<0,05$ aceptando la Hi3, es decir existe relación significativa entre la

dimensión “Ansiedad – Insomnio” y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” – Perú 2019. Rechazando la hipótesis nula.

Hipótesis 4

Hi4. Existe relación significativa entre la Dimensión “Relaciones Interpersonales” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho4: No existe relación significativa entre la Dimensión “Relaciones Interpersonales” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Tabla 15

Correlaciones de relaciones interpersonales y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

		Siv
Relaciones interpersonales	Correlación de Pearson	0,135
	Sig. (bilateral)	0,085
	N	163

Elaboración: Tesistas

En la presente tabla 14 de correlaciones encontramos que el valor de relaciones interpersonales no guarda relación significativa con los valores interpersonales de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019, con $r=0,135$, con nivel

de significancia de 0,085, $p < 0,05$, por tanto, mayor práctica de relaciones interpersonales no repercute sobre los valores interpersonales en los jóvenes. por lo que se acepta la hipótesis nula 4, es decir, no existe relación significativa entre la Dimensión “Relaciones Interpersonales” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Hipótesis 5

Hi5. Existe relación significativa entre la Dimensión “Dependencia” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Ho5: No existe relación significativa entre la Dimensión “Dependencia” y los Valores Interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Tabla 16

Correlación de dependencia y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

	sig
DependenciaCorrelación de Pearson	0,170*
Sig. (bilateral)	0,030
N	163

** la correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)

Elaboración: Tesistas

En la presente tabla 15 de correlaciones encontramos que la dependencia no guarda relación significativamente con los valores interpersonales de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019, $r=0,170$, con nivel de significancia de $0,03$ y $p<0,05$, en este caso a mayores prácticas de dependencia al celular, existe efecto sobre los valores interpersonales en los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2019, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula 5. Aceptando la hipótesis de investigación 5 (Hi5)

4.3. Discusión de los resultados

La hipótesis general planteada establece que “existe relación significativa del Phubbing y los valores Interpersonales en los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019”. Los resultados obtenidos en la tabla 12, demuestran que el phubbing está relacionado con los valores interpersonales obteniendo un $r= 0,191$, una relación positiva directa de baja relación. Por lo que, prácticas realizadas del Phubbing en jóvenes de la Facultad de Psicología, existe efectos sobre los valores interpersonales. Teniendo un nivel de significancia de $0,015$ y $p<0,05$, entre ambas variables, por tanto, se acepta la Hi y se rechaza la hipótesis nula.

Los resultados obtenidos en nuestra investigación con sus dimensiones de los valores interpersonales se aprecian que la dimensión “soporte” tiene un nivel bajo (39.88%), en similar a Gonzales & Leyva (2011) que obtuvo un nivel bajo (34.2%), a diferencia de León Tisnado (2012) obtuvo un nivel medio (37.8%) en su investigación, dimensión “conformidad” en nivel bajo (55.21%) mientras León Tisnado (2012) obtuvo un nivel medio en esta dimensión (41.1%) , dimensión “reconocimiento” con nivel bajo (77.3%) teniendo en congruencia con Leon Tisnado (2012) con nivel bajo (45.6%), dimensión “independencia” con nivel alto (50.31%); por lo que difiere con León Tisnado (2012) obteniendo un nivel bajo (45,6%), dimensión “benevolencia” con nivel alto (77,91%) y dimensión “liderazgo” con nivel bajo (61.35%), frente a Gonzales & Leyva (2011), que obtiene un nivel alto (45%), por lo que se acepta la hipótesis nula 2. En comparación con Santamaría (2011), encontró alta significancia entre sus variables, obteniendo niveles altos entre ellas.

En cuanto a la primera hipótesis específica planteada, aceptamos la hipótesis nula 1, es decir el nivel de Phubbing en sus tres dimensiones en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, no es alto. El resultado obtenido según Obregón (2015), hace hincapié de darle importancia al phubbing, una información adecuada de esta reduce los efectos psicosociales en el entorno familiar y social; por ser un estudio realizados a alumnos no toman el control sobre los dispositivos, la investigación realizada se realizó a jóvenes que estando en una etapa

universitaria existe control sobre el uso adecuado del dispositivo móvil. A comparación de Sanchez Vargas (2017), tiene un nivel bajo en la dimensión relaciones interpersonales.

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El phubbing y los valores interpersonales de los jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019, tiene una relación débil entre ambas variables ($r=0.191$), pudiendo inferir que, aun existiendo mayor práctica del phubbing no tendrá efecto favorable en los valores interpersonales. Por ende, se acepta la hipótesis de investigación con nivel de significancia de 0,015.

La práctica de valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019; respecto a sus cuatro dimensiones soporte, conformidad, reconocimiento y liderazgo presentan niveles bajos, mientras en las dimensiones de independencia y benevolencia presentan niveles altos. Por lo tanto, aceptamos la hipótesis nula. 2.

Las practicas del phubbing en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019, presentan niveles medios, aceptando la hipótesis nula 1

Existe relación significativa ($r=0,185$ y nivel de significancia 0,018) entre la dimensión “Ansiedad – Insomnio” y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

No existe relación significativa ($r=0,135$ y nivel de significancia $0,085$) entre la dimensión “relaciones interpersonales” y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

Existe relación significativa ($r=0,170$ y nivel de significancia $0,030$) entre la dimensión “Dependencia” y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco – Perú 2019.

5.2.Sugerencias y recomendaciones

- Ampliar los estudios al tema del phubbing y establecer talleres y/o programas de capacitación a la facultad de psicología, que favorezcan la salud mental, con fines de desarrollar actividades de promoción y prevención a las demás facultades de nuestra casa de estudios.
- Promover en los estudiantes de la facultad de psicología, a ser conscientes sobre la práctica de liderazgo, que es primordial como futuros psicólogos
- Crear un estudio de phubbing y los valores interpersonales con los mismos instrumentos que se utilizó en este estudio para obtener un perfil general de comportamiento que presentan los estudiantes de nuestra casa de estudios(Unheval) con el fin de mejorar eficazmente el proceso de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aleman, C. (2013). *La comunicación humana: una ventana abierta*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Adés y Lejoyeux (2003), *Adicción a internet y redes sociales*, Editorial alianza, colección psicología. Recuperada de:
<http://www.educaciontrespuntocero.com/experiencias/adiccion-a-internet-y-redes-sociales-un-libro-de-consulta/10820.html>
- Alvarado Campos, D. R., Cárdenas Pocasangre, A. M., & Ricardo Martínez, J. (2014). *El impacto del Phubbing como brecha en las comunicaciones y relaciones interpersonales de la generación Y*. El Salvador: UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO.
- Cacyacuri Herencia, N. S., & Huamani Quispe, C. P. (2018). *Influencia de los valores interpersonales en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa inpecon sac - unidad orcopampa– arequipa 2018*. Arequipa.
- Campos C., L. (2009). Los estilos de vida y los valores interpersonales según la personalidad en jóvenes del departamento de Huánuco. *Revista de Investigación en Psicología*, 12(2), 89 - 100. Obtenido de revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3757/3018
- Capilla Garrido, E. (2015). *Phubbing: Conectados a la red y desconectados de la realidad. un análisis en relación con el bienestar psicológico*. Badajoz, España.

- Chávez Silva, D. R., & Pérez Gallo, M. (2012). *Estilos de crianza y valores interpersonales en los estudiantes de secundaria Chiclayo 2012*. Pimentel, Perú.
- Cainero, L. 2004. Valores Interpersonales. Edit. Taller de editores. Madrid – España.
- Cobo, C. (2016). *La innovación pendiente. Reflexiones y provocaciones sobre educación, tecnología y conocimiento*. Montevideo: DEBATE.
- Cotrina Santillan, M. M., & Miguel Mendoza, S. K. (2016). *Programa "CREAVI" para el desarrollo de valores interpersonales en los alumnos de nivel secundario del turno tarde del 4° y 5° grado del colegio Rósulo Soto Carrillo - Amarilis - Huánuco*. Huánuco, Perú.
- Cumpa Prada, L. R. (2017). *Diseño de la escala de Phubbing en estudiantes universitarios de 18 a 24 años de Lima Norte, 2017*. Lima.
- De Tomás (2013), Libro, Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Recuperada de:
<http://nuevastecsomamfyc.wordpress.com/2013/02/13/adiccion-a-las-redes-sociales/>
- Dryden, W. y Matweychuk, W. (2009) Como superar las adicciones; Barcelona España, España Hispano Europea, S.A, Editorial.
- Echeburúa Odriozola, E., Labrador, F. J., & Becoña Iglesias, E. (2009). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide.
- Fidias G., A. (2012). *El proyecto de Investigación. Introduccion a la metodología científica* (6 ed.). Caracas: Episteme.

- Fundación Televisa (2015). Los Valores. Recuperado de:
<https://fundaciontelevisa.org/valores/valores>
- García (1996). Educación y valores. España.
- Gómes Aspiazú, L. (1985). Dimensiones de personalidad y valores interpersonales en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 193-203. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/805/80517204.pdf>
- Gonzales Fernandez, M., & Leyva Carpio, M. (2011). *Valores interpersonales y su relación con la adaptación de conducta en alumnos de secundaria*. Chiplayo, Perú.
- Gordon, L. (1979). Los estilos de vida y los valores interpersonales. *Revista de Investigación en Psicología*, 12(2), 90-91.
- Guerreschi, C. (2007), *Las nuevas adicciones, internet, trabajo, sexo, teléfono celular, compras*; España, España; Lumen Humanitas Editorial.
- Guillaumin, A. (30 de Marzo de 2014). *Aguillamin's Blog*. Obtenido de <https://aguillaumin.blog/2014/03/30/phubbing/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5 ed.). Mexico: McGraw Gill.
- Hidalgo Cabrera, E. L. (2018). *Análisis del phubbing y su incidencia en la comunicación interpersonal entre estudiantes de la universidad técnica y católica de los primeros niveles en las diferentes carreras de la ciudad de Ibarra*. Ibarra.

- Jara Gonzales, N. (2018). *Relación de los valores interpersonales y la satisfacción laboral del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Agustín 2017*. Arequipa.
- Kohlberg, L (1992). *Psicología del desarrollo moral*. Deslcece de Brouwer, Bilbao
- Leon Tisnado, F. J. (2012). *Valores interpersonales y su relación con el clima social en los aliumnos del nivel secundario*. Pimentel, Perú.
- Levy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al consejo de Europa*. Mexico: Antropos.
- López Herrero, A. C. (2015). *Diseño, implementación y evaluación de un programa de intervención educativa para la prevención de trastornos derivados del uso de las tecnologías en ESO*. Murcia, España.
- Macedo, J. (13 de Diciembre de 2016). *Centro Educo*. Obtenido de ¿Qué es el “Phubbing” y cómo afecta a nuestras relaciones?: <https://centroeducu.org/phubbing-afecta-nuestras-relaciones/>
- May, R. (1978). *El dilema existencial del hombre moderno*. Buenos Aires: Paidós.
- Mariano Chóliz, C. M. (2012). *Adicción a Internet y redes sociales: Tratamiento psicológico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Monografías Plus (s. f). *Valores interpersonales*. Recuperado de: <https://www.monografias.com/docs/Valores-Interpersonales-FKQ4BZGFJDGNY>
- Muñoz Gonzales, G. (2006). *La comunicación en los mundos de vida juveniles: hacia una ciudadanía comunicativa*. Manizlaes.

- Obregón Soto, M. P. (2015). *Phubbing y las relaciones interpersonales en adolescentes*. Guatemala. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/42/Obregon-Maria.pdf>
- Pareja, A. (2004). La Inteligencia emocional y su relación con los valores interpersonales en estudiantes del 5to. año de educación secundaria. (Tesis para optar el grado de Magister en Psicología con mención en Psicología Educativa). UNMSM. Lima – Perú.
- Penas, S. (2008). Aproximación a los valores y estilos de la vida de los jóvenes de 13 y 14 años de la provincia de a Corcuña (Tesis doctoral inédita) Departamento de Psicología Evolutiva y de la educación, Facultad de Psicología, Universidad de Santiago de Compostela – España.
- Ramos (1999) Valores Personales. Recuperado de: <http://conceptodefinicion.de/valores-personales>
- Railton, P. (2003). *Facts, values and norms: Essays toward a morality of consequence*. Estados Unidos. Cambridge University Press.
- Restrepo, J. (2009) Valores personales e interpersonales en adolescentes y adultos de la ciudad de Medellín y el área metropolitana. *Perspectivas en psicología*. Vol. 5 (1) pp 125-139.
- Sánchez Vargas, Y. Y. (2017). *El phubbing y las relaciones interpersonales en los estudiantes de secundaria de la Institución educativa San Alberto Magno de Moniquirá, Boyacá, Colombia - 2017*. Lima, Perú.

- Santamaría Jimenez, R. N. (2011). *Habilidades sociales y valores interpersonales en alumnos del 5to de nivel secundaria de la I.E. N° 10042 Monseñor Juan Tomis Stack - Chiclayo*. Chiclayo, Perú.
- Santillana, (2003) Educación en valores. México. 2000. Editorial Trillas, S.A.
- Tierno, B. (1992). Valores Humanos. Edit. Taller de editores. Madrid – España.
- Tueros Cárdenas, R. V. (2012). *Los valores interpersonales y su relación con los estilos atributivos en estudiantes de quinto grado de secundaria*. Lima.
- Ugarte, D (2007). La trilogía de las redes y files, los futuros que vienen, Bilbao España, España; Ediciones Biblioteca de las Indias.
- Vela Ramirez, P. (2018). *Creencias irracionales y valores interpersonales en estudiantes del 5to de secundaria del colegio integrado privado Augusto Cardich Loarte, Huánuco 2016*. Huánuco, Perú.
- Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. 68(3), 551-580. *Revista mexicana de sociología*, 14.
- Yax Morales, J. V. (2018). *Phubbing y Habilidades Sociales*. Quetzal Tenango, Guatemala.

ANEXOS