

Otro de los ítems que obtuvo un puntaje bajo fue el ítem i02, *Tengo cuenta de Twitter y hago uso de ella*. Se relaciona a lo encontrado en relación al conocimiento e ingreso a Twitter, ya que según este, un 55% no conoce ni ha escuchado hablar de esta nueva red de micro-blogging según lo encontrado en el 2010 en Usos y Actitudes hacia Internet.

Respecto al ítem i14, *Consulta mis saldos bancarios vía internet*, también se encontró que tuvo una media baja en relación a los demás ítems, lo que implica que la mayoría de participantes no ha comprado ni vendido a través de Internet. Este dato se corresponde a lo encontrado en Usos y Actitudes hacia Internet, donde el 89% no ha comprado ni vendido a través de Internet. Esto puede deberse a que aun no se tiene mucho conocimiento en el Perú sobre esta modalidad de pago (20%) y no es percibida como un medio seguro (18%), siendo estas las dos razones principales por las cuales no realizan acciones de compra/venta a través de Internet.

En relación al puntaje global sobre el nivel de uso de internet, el grupo de cachimbos de EEGGCC tuvo el menor puntaje en comparación con los demás grupos, obteniendo diferencias significativas en comparación con el grupo de cachimbos de EEGLL y Estudiantes Externos. El grupo de cachimbos de EEGGCC tiene el puntaje más alto en el factor de Búsqueda Social, sin embargo tiene la puntuación más baja en el resto de factores. Podría asumirse que los resultados se encuentran sesgados al ser la mayor parte (169) hombres en esta muestra, por lo que los resultados se encuentran orientados a una visión masculina.

En relación a la variable de género, se encontró que los hombres tienen un mayor nivel de uso de internet en comparación con las mujeres, lo cual se relaciona a la investigación realizada por Willoughby (2008) que el género funciona como un predictor en la frecuencia del uso de internet, siendo los hombres los que utilizan internet con mayor frecuencia en comparación con las mujeres.

En relación a los puntajes encontrados en los factores, se encontraron diferencias por sexo en Búsqueda Social y Mantenimiento Social. Aparentemente, los hombres tienen más búsqueda social mientras que las mujeres más mantenimiento. Esto guarda relación con lo encontrado por Conger (1980), quien sostiene que hay diferencias en las interacciones que buscan los adolescentes. Según el autor, las mujeres en la etapa de la adolescencia suelen estar interesadas en mantener relaciones más profundas, más interdependientes emocionalmente y más preocupadas por el apoyo y estímulo mutuos. Por otra parte, los hombres parecen desear tener un compañero con quien compartir un interés común, por lo que resulta más probable que externamente sean más competitivos y tiendan a ofrecer menos

manifestaciones de afecto, debidas en parte a los tabúes sociales contra dichas expresiones en nuestra sociedad.

Se encontraron diferencias significativas en el soporte social percibido general entre el grupo de cachimbos de EEGLL y el grupo de cachimbos de EEGCC, lo cual guiaría relación con el bajo puntaje obtenido por este mismo grupo en la variable Nivel de Uso de Internet. En relación a este hallazgo, el grupo de cachimbos de EEGLL obtuvo un mayor puntaje en el soporte social percibido en Facebook en relación a el grupo de cachimbos de EEGCC, lo cual podría relacionarse a la alta frecuencia encontrada en el grupo de cachimbos de EEGLL sobre su participación en una red social (60% de los cachimbos participantes de EEGLL ingresa casi siempre/siempre, frente a un 36% en EEGCC), y a la frecuencia de acceso (69% en el grupo de EEGLL ingresa todos los días, frente a un 52% en EEGCC). El grupo de estudiantes externos obtuvo el mayor puntaje en el soporte social percibido en mensajería instantánea, lo cual podría también relacionarse al alto uso de este servicio, ya que un 89% lo usa siempre o casi siempre.

A raíz de los resultados encontrados, y tras haber realizado las mediciones generales por área, tanto de la variable Nivel de uso de Internet como del Soporte Social percibido y haberlas comparado, se encontró evidencia empírica que demuestra que existe una relación entre ambas. Es decir, a medida que aumenta el Nivel de Uso de Internet, el nivel de Soporte social Percibido aumenta también, y viceversa. De esta manera, se puede afirmar que en la muestra estudiada el nivel de uso de Internet es recíproco al soporte social que perciben los usuarios de Internet en las redes sociales.

Se tenía como hipótesis previa en esta investigación que, distinguiendo diferentes niveles de uso, se podría hallar una medición más precisa sobre el efecto de internet en los usuarios, en este caso específico, de las redes sociales sobre el soporte social percibido. Luego de medirse la relación entre el Nivel de Uso de Internet sobre el Soporte Social y compararla con la relación entre el Tiempo de Uso de Internet sobre el Soporte Social, pudo comprobarse que el nivel de uso de internet es una variable que tiene una relación mayor significativa con el soporte social percibido, en comparación con el tiempo de uso de Internet.

En relación al Nivel de uso de Internet, se encontraron diferencias significativas en relación al grupo de estudiantes cachimbos de EEGCC, quienes tienen el menor nivel de uso de Internet, atribuible a la desproporción entre hombres y mujeres en la muestra. Además, se encontraron diferencias significativas por sexo en los factores de Búsqueda Social y Mantenimiento Social, teniendo los hombres un puntaje mayor en Búsqueda social, mientras que las mujeres tienen un mayor puntaje en Mantenimiento Social, lo cual puede relacionarse a la etapa de desarrollo psicosocial en la que se encuentran.

En relación al Soporte Social percibido en Facebook y en Mensajería Instantánea, no se encontraron diferencias significativas, lo cual parecería señalar el surgimiento de las redes sociales, y de Facebook en particular, como una nueva alternativa de soporte diario para los jóvenes de hoy, frente a los contactos cara a cara y las interacciones personales. En relación a las diferencias por grupos, solo se encontraron diferencias entre el grupo de cachimbos de EEGLL y EEGCC en el Soporte Social Percibido en Facebook, atribuible al mayor nivel de acceso del grupo de EEGLL a Internet frente a sus pares de EEGCC.

En cuanto a la frecuencia de acceso, la mayoría de estudiantes universitarios participantes en esta investigación ingresan entre 1 y 3 horas diarias a Internet, y entre 1 y 3 veces diarias a su perfil en Facebook, lo cual es una frecuencia mayor a la encontrada en la encuesta sobre el Perfil del usuario de redes sociales. Su punto de ingreso es mayoritariamente su casa (90.5%), siendo un porcentaje mucho mayor al encontrado en la encuesta de Usos y Actitudes hacia Internet, realizada por Ipsos Apoyo en el 2010, lo cual puede explicarse debido a la desproporción de la distribución socioeconómica del alumnado de la PUCP, al no ser esta representativa de la realidad socioeconómica del país.

Esta investigación ha permitido dar un primer paso hacia la comprensión de la influencia de las nuevas herramientas de información que existen en la actualidad, y de cómo estas pueden contribuir al desarrollo social de los adolescentes, algo muy relevante teniendo en cuenta la importancia de los vínculos sociales en esta etapa del desarrollo.

Se recomienda a las futuras investigaciones sobre este tema trabajar con una muestra aleatoria y estratificada. Si bien esta investigación pudo contar con una cantidad representativa de encuestados y dar una visión aproximada sobre las variables del estudio, no puede brindar resultados que sean generalizables a toda la población de cachimbos ni de los estudiantes de la PUCP al no haber tenido un muestreo aleatorio.

Una sugerencia adicional sería la ampliación de los grupos control, tanto el de estudiantes no cachimbos como el de estudiantes externos, de esta manera, la comparación con los grupos de estudiantes de la PUCP podría darse con muestras más proporcionadas.

Finalmente, se advierte la necesidad imperiosa de creación y validación de modelos teóricos e instrumentos específicos que se adecuen a las diferentes muestras y realidades, atendiendo las características y dinámicas particulares de cada muestra. De esta manera, se aconseja la creación y adaptación de pruebas con baremos peruanos, que permitan ser utilizadas en posteriores estudios sobre el Nivel de Uso de Internet y el Soporte Social Percibido.

Referencias bibliográficas

- Chong, B. (2006). Internet desde la visión de los jóvenes. *Razón y palabra*, 49, 1-17. Extraído el 3 de Abril de 2009 desde <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2161492>
- Conger, J. (1980). *Adolescencia: Generación presionada*. Lima: Harper & Row Latinomaericanaa, S.A de C.V.
- Cummings, J., Butler, B. y Kraut, R. (2002). The Quality of Online Social Relationships. *Communications of the ACM*. Vol. 45, No. 7, pp. 103-108
- Dunke-Schetter, C y Bennet, T. (1990) Differentiating the Cognitive and Behavioral Aspects of Social support. Cap. 11, pp.267-297. En B. Sarason, I. Sarason y G. Pierce (Ed.) *Social Support: An Interactional View*, Nueva York : John Wiley & Sons.
- Elkind, D., y Bowen, R. (1979). Imaginary audience behavior in children and adolescents. *Developmental Psychology* 15, pp.38–44
- Faerman, J. (2009). *Faceboom: el nuevo fenómeno de masas Facebook*. Buenos Aires: Ediciones B.
- Fogel, J., Albert, S., Schnabel, F., Ditkoff, B., y Neugut, A. (2002) Internet Use and social support in women with breast cancer. *Health Psychology*, Vol. 21, (4), pp. 398–404
- Harter, S. (1999). *The construction of the self: a developmental perspective*. New York: Guilford Press.
- Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P (2006) *Metodología de la investigación*. México, D.F. : McGraw Hill
- Hobfoll, S. Y Parris Stephens, M. (1990) Social Support During Extreme Stress: Consequences and Intervention. Cap. 17, pp.454-481. En B. Sarason, I. Sarason y G. Pierce (Ed.) *Social Support: An Interactional View*. Nueva York : John Wiley & Sons.
- Instituto de Opinión Pública (2010) *Uso y percepción de internet*. Extraído el 3 de marzo del 2010 de http://www.pucp.edu.pe/iop/files/sondeo_45.pdf
- Ipsos – Apoyo (2010) *Perfil de usuarios de redes sociales*. Lima: Ipsos-Apoyo
- Kim, J., LaRose, R., Peng, W. (2009) Loneliness as the cause and the effect of problematic internet use: The relationship between internet use and psychological well-being. *Cyberpsychology Behavior*, Volume 12, (4), pp. 451-455
- Kraut, R. E., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T., y Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological wellbeing? *American Psychologist*, 53, 1017–1032.
- Lavanco, G., Catania, V., Milio, A. y Romano, F. (2008). Learning and Relationships in the Cyberspace. *International Journal of Human and Social Sciences*, 2(3), 134-138.
- Levis, D. (2006). Sobre chat, máscaras y otros asuntos sobre el amor en Internet. *Revista Electrónica Teoría de la Educación*, 7(2), pp.141-155

- McQuillen, J. (2003). The influence of technology on the initiation of interpersonal relationships. *Education*, 123(3), pp. 616-623
- Moral, F. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet. *Anuario de Psicología*, 32(2), 13-30
- Orr, E., Sisic, M. Ross, C., Simmering, M., Arsenault, J. y Orr, R., (2009) The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *Cyberpsychology y Behavior*, 12, (3), pp. 337-340
- Park, N., Kee, K., Valenzuela, S. (2009) Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. *Cyberpsychology y Behavior*, 12, (6), pp. 726-736
- Quiroz, M. (2004) *Jóvenes e internet: Entre el pensar y el sentir*. Lima: Fondo de desarrollo editorial de la universidad de Lima.
- Prensky, M. 2009. H. sapiens digital: From digital immigrants and digital natives to digital wisdom. *Innovate* 5 (3). Extraído el 20 de mayo del 2010 de <http://www.innovateonline.info/index.php?view=articleid=705>
- Raacke, J. y Bonds-Raacke, J. (2008) My Space and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology y Behavior*, 11 (2), pp. 169-174
- Real Academia de la Lengua Española (RAE) (2010) *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*.
- Rojas, R. (1991). Perfil psicosocial de la adolescente gestante de estrato socioeconómico bajo. Lima: Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sarason, B., Pierce, G. y Sarason, I. (1990) Social Support: The sense of Acceptance and the Role of Relationships. Cap. 4, pp. 97-128. En B. Sarason, I. Sarason y G. Pierce (Ed.) *Social Support: An Interactional View*, Nueva York : John Wiley & Sons.
- Saranson, B., Saranson, I., y Pierce, G. (1990) Traditional views of Social Support and their Impact on Assessment. Cap. 1 pp.9-25 en B. Sarason, I. Sarason y G. Pierce (Ed.) *Social Support: An Interactional View*, Nueva York : John Wiley & Sons.
- Sassenberg, K., Boos, M., Postmes, T. y Reips, U. (2003) Studying the Internet: A challenge for modern psychology. *Swiss Journal of Psychology* 62 (2), 75–77
- Simone, R. (2001) *La tercera fase: Formas de saber que estamos perdiendo*. Madrid: Taurus.
- Subrahmanyam, K. y Lin, G. (2007) Adolescent on the net: internet use and well-being. *Adolescence*, 42 (168), pp. 659-677
- Subrahmanyam, K., Greenfield, P. (2008) Online Communication and Adolescent Relationships. *The Future of Children*, 18, (1), pp. 119-146
- Tendencias Digitales (2008) *Indicadores de uso de Internet en Latinoamérica*. Caracas: Tendencias Digitales.

