

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE

**"USO DE LAS REDES SOCIALES DE LOS ALUMNOS DEL CICLO 01-2015 DE LA FACULTAD
DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA "JOSÉ
SIMEÓN CAÑAS" DE EL SALVADOR SEGÚN LAS DIMENSIONES DEL DESARROLLO
HUMANO INTEGRAL"**
TESIS DE POSGRADO

LUTGARDO ERNESTO FLORES VILLALOBOS
CARNET 24485-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2015
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE

**"USO DE LAS REDES SOCIALES DE LOS ALUMNOS DEL CICLO 01-2015 DE LA FACULTAD
DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA "JOSÉ
SIMEÓN CAÑAS" DE EL SALVADOR SEGÚN LAS DIMENSIONES DEL DESARROLLO
HUMANO INTEGRAL"**
TESIS DE POSGRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
LUTGARDO ERNESTO FLORES VILLALOBOS

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2015
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. ROBERTO ANTONIO MARTÍNEZ PALMA

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. OLGA PATRICIA DOÑAS CASTELLANOS

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. ROSEMARY ROESCH ANGUIANO

San Salvador, 10 de agosto de 2015

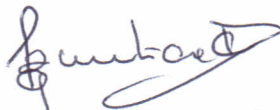
Señores
Departamento de Psicopedagogía
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Guatemala

Respetables Señores:

Tengo el agrado de dirigirme a Uds. Para someter a su consideración el Informe Final de Tesis del estudiante **Lutgardo Ernesto Flores Villalobos**, con número de carné **2448513**, titulada **"Uso de las Redes Sociales de los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" de El Salvador según las Dimensiones del Desarrollo Humano Integral"**

Me permito manifestarles que el mismo reúne ampliamente las condiciones exigidas por la Universidad Rafael Landívar y la Facultad de Humanidades para trabajos de esta naturaleza, por lo que me permito someterlo a su consideración.

Atentamente.



Mgtr. Olga Patricia Doñas Castellanos
Asesora



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Posgrado del estudiante LUTGARDO ERNESTO FLORES VILLALOBOS, Carnet 24485-13 en la carrera MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05383-2015 de fecha 23 de septiembre de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"USO DE LAS REDES SOCIALES DE LOS ALUMNOS DEL CICLO 01-2015 DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA "JOSÉ SIMEÓN CAÑAS" DE EL SALVADOR SEGÚN LAS DIMENSIONES DEL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL"

Previo a conferírsele el grado académico de MAGÍSTER EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 25 días del mes de septiembre del año 2015.



Irene Ruiz Godoy

MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

Agradecimientos

A Dios: Por brindarme el regalo de la vida. Sus múltiples bendiciones me han permitido conocer la paz, la felicidad y el amor.

A mi esposa: Por su amor y apoyo incondicional. Su comprensión me brindó fuerzas para culminar este proceso de formación.

A mis hijas: Por alegrar mi existencia y recordarme lo que verdaderamente es importante en esta vida.

A mis padres: Que me cuidaron y guiaron mi recorrer en esta vida, por corregirme en mis errores y motivarme en mis sueños.

A mis hermanos: Que siempre están presentes cuando los necesito. Su compañía me recuerda que nunca te encuentras solo.

A mi cuñado: Que me sacó de apuros al cuidar a mi hija mayor para que yo pudiera trabajar en este documento.

A mi asesora: Cuya experiencia facilitó grandemente el cierre satisfactorio de esta investigación.

A mis compañeros y compañeras de estudio: Que me brindaron ánimos en los momentos de debilidad.

A mi equipo de trabajo: Por su calidad de aportación laboral, su esfuerzo me facilitaba tiempo para trabajar en el presente estudio.

A mi jefe: Por su atinada retroalimentación en la afinación del presente documento y por brindarme los permisos para trabajar en esta investigación.

Índice general

I. Introducción	2
1.1. La Educación Integral	7
1.2. El Desarrollo Sociocultural	10
1.3. El Desarrollo Sociocultural y la Cibercultura	12
1.4. Prácticas ciberculturales	15
1.5. Redes Sociales.....	18
II. Planteamiento del Problema	23
2.1. Objetivos	24
2.1.1. Objetivo general.....	24
2.1.2. Objetivos específicos	24
2.2. Variables de estudio.....	25
2.3. Definición de variables	26
2.3.1. Definición conceptual.....	26
2.3.2. Definición operacional.....	28
2.4. Alcances y límites	33
2.5. Aporte.....	34
III. Método	35
3.1. Sujetos	35
3.2. Instrumentos	35
3.3. Procedimiento	38
3.4. Tipo de investigación y metodología estadística.....	40
IV. Presentación y análisis de resultados	41
4.1. Datos demográficos.....	41

4.2. El uso de aplicaciones para interactuar en las Redes Sociales	43
4.3. Uso de las Redes Sociales para la expresión de las Dimensiones del Desarrollo Humano	44
4.3.1. Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Corporal . . .	51
4.3.2. Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva.....	59
4.3.3. Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Estética.....	66
4.3.4. Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual . . .	73
4.3.5. Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Ética	80
4.3.6. Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica ..	85
4.3.7. Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa ..	91
4.3.8. Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva . . .	98
V. Discusión de resultados	106
VI. Conclusiones	114
VII. Recomendaciones	117
VIII. Referencias bibliográficas	119

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo identificar el uso de las redes sociales, de los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador, en cada una de las dimensiones del desarrollo humano integral.

El estudio tuvo un alcance descriptivo y fue de tipo cuantitativo. El diseño fue “no experimental - transversal” para la cual se utilizó un instrumento elaborado a la medida con escalas tipo Likert.

La investigación se llevó a cabo con 298 estudiantes, de los cuales 117 fueron mujeres y 181 hombres. La edad de los alumnos oscila entre los 13 y 34 años de edad; sin embargo el 92% de edad de los participantes se concretó entre los 17 y 19 años de edad.

Se encontró que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo general de la persona con mediación de la Dimensión Comunicativa.

Se recomendó la implementación de un plan de formación estudiantil, en el curso preuniversitario, que desarrolle conciencia en los alumnos acerca de las diferentes dimensiones que conforman su humanidad. Lo anterior permitirá a la población estudiantil universitaria autorregularse, de forma intencionada, en el desarrollo integral de su persona durante su vida universitaria y cotidiana.

I. Introducción

La persona es una entidad compleja constituida por múltiples dimensiones. Sin embargo, la educación formal se concentra en los procesos de aprendizaje- enseñanza sin tener claridad de cómo esta afecta directa o indirectamente en el desarrollo pleno del individuo.

Debido a esta falta de claridad del sistema educativo y de cómo su intervención afecta directa e indirectamente las diferentes dimensiones de la persona, surge el enfoque de Educación Integral. Este nuevo enfoque de educación pretende el desarrollo de las dimensiones del individuo en lo cognitivo, espiritual, ético, socio-político, comunicativo, entre otros (ACODESI, 2013). Por ello, en el siglo XXI, una verdadera educación solo se puede considerar como tal, si esta toma en cuenta la interrelación de cada aspecto que representa el individuo.

Las instituciones educativas en El Salvador muchas veces desconocen las características internas de su población estudiantil (reflejado por las pocas investigaciones que se realizan hacia el interior de su comunidad), solamente aquellas instituciones coherentes con una educación integral realizan esfuerzos por conocer las diferentes dimensiones de su alumnado.

De esta manera, la presente investigación se encuentra motivada por el interés de conocer al alumnado del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador, en las diferentes dimensiones del desarrollo humano, congruente con la propuesta educativa de la institución.

En este momento, parece que, las redes sociales son espacios de alta interacción humana por parte de los alumnos, por lo tanto conocer la manifestación de las actividades que estos realizan en ella, permitirá identificar las dimensiones que se encuentran desarrollando en un momento dado.

Por ello, el objetivo general de este estudio consiste en identificar el uso de las redes sociales, de los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador, en cada una de las dimensiones del desarrollo humano integral. Esto permitirá conocer aspectos importantes de la población estudiantil con la que se trabajará en un futuro, y de esta manera se podrán plantear políticas situadas y prácticas

docentes focalizadas al interior de la institución.

Con respecto a este tema, en el contexto centroamericano se encuentran investigaciones relacionadas a este tipo de estudio. Uno de ellos, es el trabajo que se realizó en Guatemala por parte de Bargelli (2013) cuyo objetivo fue conocer la influencia que tiene la red social, en específico Facebook, en las relaciones interpersonales de jóvenes estudiantes de 13 a 18 años pertenecientes a cursos de primero a quinto de bachillerato de una institución educativa. Este estudio de tipo cuantitativo tuvo una muestra de 50 jóvenes de 13 a 18 años, de los cuales 24 eran hombres y 26 fueron mujeres. Utilizó como instrumentos un cuestionario estructurado de escala Likert elaborado por la autora. Se concluyó que la comunicación por excelencia se da con amigos y familiares; además, en términos generales, la red social no se considera como un factor importante que influya en las relaciones interpersonales aunque esta proyecta ayudarles a sentirse parte de un grupo.

Además, en la capital de Guatemala existe otro estudio similar por parte de Vides (2011) el cual buscó conocer las relaciones interpersonales de estudiantes que utilizan las redes sociales. La población estuvo conformada por jóvenes de primer año de la carrera de Psicología de la Universidad Rafael Landívar en su sede central. En total participaron 84 estudiantes. La metodología de investigación fue de tipo mixto. Entre los instrumentos utilizados se encuentran un cuestionario estructurado y una entrevista semi-estructurada. Los resultados obtenidos expresaron que los jóvenes utilizan las redes sociales para mantener e incrementar la comunicación con amigos, familiares, compañeros de estudio y pareja; además se encontró que el encuentro personal sigue manteniendo una gran importancia en las relaciones interpersonales. Se recomendó no intentar sustituir con las redes sociales el encuentro presencial, ya que esta se puede convertir en un factor de dependencia, aislamiento o retraimiento; además, se expuso la necesidad de capacitar a los jóvenes para que el entorno de las redes sociales no afecte la autoestima.

Siempre en el contexto centroamericano se encuentra otra investigación relacionada a este tema. En Guatemala, Monterroso (2013) desarrolló un estudio cualitativo cuyo objetivo fue determinar cómo el uso de la red social “Facebook” generó conflicto en parejas de adolescentes. Esta investigación se realizó con 6 parejas de adolescentes de 16 a 18 años que tienen al menos

6 meses de relación amorosa, que posean cuenta activa en Facebook y que hayan presentado algún conflicto en la relación por el uso de esta. El instrumento utilizado fue una entrevista semi-estructurada, elaborada a la medida por la investigadora y validada por 5 profesionales en relaciones de pareja. Se concluyó que Facebook generó conflictos de celos, inseguridad, desconfianza, manipulación, malos entendidos y falta de comunicación. Se recomendó a las instituciones educativas impartir talleres sobre el uso adecuado de Facebook.

A nivel internacional existen otros trabajos relacionados a este tema. En España, Dans (2014) realizó un estudio titulado “Posibilidades educativas de las redes sociales”. Dicho trabajo tuvo como objetivo conocer la percepción de padres y madres, profesorado y alumnado de cuarto grado de la ESO de la Coruña sobre las redes sociales y sus posibilidades educativas. La muestra estuvo conformada por 1,144 personas, de los cuales participaban 414 alumnos de centros públicos, 689 estudiantes de centros concertados y 39 participantes de centros privados; de los cuales 544 eran hombres y 600 eran mujeres. En términos de centros educativos la muestra estuvo conformada por 13 centros públicos, 15 centros concertados y 1 centro privado. Entre los instrumentos utilizados se encuentran un cuestionario, con elementos sociodemográfico y elementos de uso de las redes sociales, elaborado por la propia autora. La investigación fue de tipo cuantitativo y cualitativo. Entre los resultados se encontró que las redes sociales son una preocupación real para las familias y los profesores ya que ambas partes intentan acertar en el uso educativo de este entorno. Por ello el estudio recomienda una actuación comprometida por todos los agentes que intervienen en la educación, principalmente la familia, el profesorado y el alumnado.

Colás, González y De Pablos (2013), en su trabajo en Andalucía desarrollaron una investigación con el objetivo de conocer los usos preferentes de las redes sociales, su frecuencia y los motivos que les impulsan a su utilización. La muestra del estudio estuvo conformado por 1,487 adolescentes del cual 49.5% eran hombres y 50.5% eran mujeres. Como instrumento se utilizó un cuestionario de escalas nominales no excluyentes, validado por investigadores especialistas en Tecnología Educativa. Los resultados obtenidos mostraron que los jóvenes en su mayoría utilizaron de manera habitual las redes sociales y se identificaron dos vertientes motivacionales en su uso:

una social y otra psicológica. Los chicos lo usaron de forma emocional, mientras que en las chicas predominó la motivación de carácter relacional. Se recomendó indagar el grado de control familiar en el uso de las redes sociales y el análisis en interpretación de este fenómeno desde la perspectiva del capital social.

Por otra parte, en España, se tiene el trabajo investigativo de Garrigós, Mazón, Saquete, Puchol y Moreda (2010) cuyo objetivo fue determinar si el uso de las redes sociales favorece el trabajo colaborativo entre alumno-alumno y alumno-profesor. La población de estudio fueron los alumnos de la asignatura de Base de Datos Avanzadas impartida en el 2010. El estudio de tipo cuantitativo utilizó una encuesta estructurada elaborada a la medida por el equipo de investigación. Las conclusiones obtenidas fueron la mejora en la comunicación entre profesor-alumno, el descubrimiento de incompatibilidad por parte de los alumnos al mezclar actividades educativas en las redes sociales cuando el entorno para ellos representa actividades de ocio y por último se encontró que las redes sociales carecen de herramientas básicas para la docencia. Se recomendó evaluar herramientas híbridas para el desarrollo de actividades colaborativas.

Siempre en España, se halla otra investigación realizada por Gómez, Roses, y Farias (2012) cuyo objetivo fue conocer el uso académico de las redes sociales por parte de los alumnos de la universidad de Málaga. Se trabajó con una población de 32,464 estudiantes inscritos en primer o segundo ciclo, resultando de ello una muestra de 938 personas de los cuales el 69.91% eran de primer ciclo y el 30.09% eran del segundo ciclo. Se utilizó como instrumento un cuestionario a la medida elaborado por los investigadores. Los resultados fueron que el uso de las redes sociales por parte de los alumnos es muy alto; sin embargo el uso académico fue bajo. La recomendación fue potenciar el uso de las redes sociales como herramientas de enseñanza por parte de la institución académica y de su personal docente.

Además, hay otro estudio en Oviedo, España, donde Del Moral y Villalustre (2012) realizaron una investigación cuyo objetivo fue analizar el uso de las redes sociales por parte de estudiantes de Ciencias de la Educación para determinar la posible aplicación de estos en su futura práctica docente. La muestra de la población estuvo formada por 257 estudiantes universitarios de la

titulación de Magisterio de la Universidad de Oviedo, de los cuales el 79% fueron del sexo femenino y 21% del sexo masculino, cuyas edades se encontraban en el rango de 18 a 40 años de edad. El cuestionario denominado “Enredados” fue diseñado a la medida por las investigadoras el cual estuvo conformado por 12 elementos categorizados en elementos de identificación, uso de las redes sociales y aplicaciones de las redes como recurso de enseñanza. Se concluyó que los estudiantes acceden a las redes sociales para afianzar y consolidar sus relaciones presenciales, y desarrollar sus actividades y prácticas formativas. Debido a sus propias experiencias de aprendizaje, al utilizar dichas herramientas, manifestaron que pretenden utilizarlo como herramienta de enseñanza en su práctica docente.

Por su parte Torres y Carranza (2011), en un estudio en México de enfoque cuantitativo, buscó conocer el uso de las redes sociales como estrategia de aprendizaje en el Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara. La muestra del estudio estuvo conformada por 414 alumnos pertenecientes a 14 carreras diferentes de la institución durante el período escolar 2011-A. El instrumento para dicha investigación fue un cuestionario cerrado elaborado a la medida por parte de los investigadores. Los resultados encontrados mostraron que el uso de las redes sociales fue para la realización de actividades escolares, para estudiar y jugar.

Por último en Argentina se encuentra la investigación de López (2012), cuyo objetivo fue determinar las nuevas prácticas comunicativas y el significado de la mediación al utilizar Facebook. Este estudio se realizó bajo un enfoque cualitativo de alcance exploratorio. La población de estudio estuvo formada por un grupo de 7 personas cuyas características fueron ser parte de la comunidad en Facebook “Soy Urbanista”, ser actor de alta participación de dicha comunidad, y ser estudiante de Licenciatura en Urbanismo de la Universidad Nacional de General Sarmiento; las edades de dichos participantes oscilaban entre 19 y 62 años. Se realizaron entrevistas en profundidad a través de un cuestionario semiestructurado. Se encontró que esta agrupación de estudiantes pone en acción complejas y novedosas prácticas comunicativas virtuales, las cuales les permiten difundir el intercambio de conocimientos y producir el saber de forma colectiva.

De los estudios encontrados se puede reconocer que el uso de las redes sociales influye en

la actividad humana desde diferentes ámbitos. Algunas de ellas, han abordado aspectos de cómo estas inciden en las relaciones interpersonales entre los estudiantes. Además, se han abordado planteamientos de aprendizaje colaborativo por medio de las redes sociales. Por otro lado se ha investigado cuáles son las motivaciones que llevan al uso de las redes sociales. Otros aportes investigan el potencial educativo de las redes sociales desde la familia, el profesorado y de los mismos jóvenes.

Después de conocer las experiencias previas en diferentes contextos, a continuación se desarrollará el planteamiento teórico que sustentará esta investigación.

1.1 La Educación Integral

La formación integral representa un paradigma educativo que busca desarrollar el conocimiento científico de las personas; pero, además, busca el fomento de todos sus dones, potencialidades, características y condiciones. Pretende el desarrollo de las dimensiones del individuo de forma equilibrada y armónica de todas ellas, para que la persona se pueda realizar en toda su expresión y encontrar sentido a su vida (ACODESI, 2013; Vásquez, 2006).

Para Martínez (2009) el ser humano es un supra sistema conformado por diferentes subsistemas que le constituyen. La integralidad de todos los subsistemas conforman al individuo, la falta de integración de estos desencadenan procesos patológicos de índole fisiológico, psicológico, social, o de cualquier combinación de todas las anteriores. En esta misma línea de razonamiento, Gallegos (2013) entiende que el desarrollo del ser humano debe verse con un enfoque holista, donde la persona es un todo compuesto por diferentes elementos interrelacionados y con procesos dinámicos y complejos. Por lo anterior, si el individuo puede entenderse de mejor manera bajo un enfoque holista, entonces la educación debe responder de esta misma manera.

ACODESI (2013) entiende el desarrollo pleno de la persona bajo un enfoque dimensional de la humanidad del individuo. Las dimensiones que puede desarrollar el individuo son la dimensión ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal y sociopolítica. La dimensión

ética es la potencialidad que tiene una persona para la toma de decisiones, bajo la guía de valores, y la capacidad de asumir la responsabilidad que se deriva de ella. La dimensión espiritual es la posibilidad que tiene el individuo de trascender de sí mismo para ponerse en contacto con los demás y con Dios para dar sentido a su existencia. La dimensión cognitiva es la posibilidad que tiene el sujeto para comprender la realidad y transformarla. La dimensión afectiva es la potencialidad de una persona para manifestar sus sentimientos permitiéndole relacionarse consigo mismo y construirse como ser social. La dimensión comunicativa es la posibilidad de la especie humana para interactuar con los demás y con uno mismo a través del significado del lenguaje. La dimensión estética permite a la persona la sensibilidad para apreciar la belleza de diferentes formas para interactuar consigo mismo y con los otros. La dimensión corporal posibilita a la persona manifestarse como ser corpóreo desde su cuerpo y el desarrollo de este para ser presencia material para sí mismo y para los demás. La dimensión sociopolítica le brinda la capacidad al ser humano para vivir entre otras personas y con otros individuos de tal manera que puede transformarse a sí mismo como individuo y transformar el entorno colectivo en el que se encuentra rodeado.

Para Martínez (2009) la persona se puede desarrollar como un supra sistema en cada uno de los ocho subsistemas que lo conforman. Los subsistemas que se reconocen desde esta perspectiva son el subsistema físico, químico, biológico, psicológico, social, cultural, ético-moral y el subsistema espiritual. Gallegos (2013) discrepa en este sentido ya que él reconoce en su enfoque de Educación Holista las dimensiones de la persona representado por la dimensión física, intelectual, estética, emocional y espiritual. En contraste a las dimensiones del individuo, se plantea que la educación holista tiene sus propias dimensiones las cuales las clasifica en ciencia, sociedad, ecología y espiritualidad.

La educación integral entendida bajo un enfoque por competencias puede desarrollar la integralidad de la persona al desarrollar las competencias fundamentales para la vida. Dichas competencias son la capacidad de la persona de Aprender a aprender, Aprender a hacer, Aprender a vivir juntos y Aprender a ser (Achaerandio, 2008a; Gallegos, 2013). De igual manera, para González y Wagenaar (2003) la educación por competencias es un enfoque integrador de la

educación de las personas. Las competencias fundamentales para las personas son concebidas como conocer y entender, saber cómo ser y saber cómo actuar. Por ello las competencias se deben implementar en el sistema educativo categorizados por competencias disciplinares y competencias generales consideradas importantes para el grupo social. Las competencias fundamentales permiten un desarrollo más humano de las personas. Es importante reconocer que las propuestas de competencias fundamentales expresadas previamente pueden variar de acuerdo al contexto histórico y situacional de las sociedades; vale la pena reflexionar si estas propuestas son válidas en todas las realidades (Rychen y Hersch, 2004; Achaerandio, 2008a).

Bajo un enfoque de inteligencias múltiples, se reconoce al individuo como la composición de diferentes dimensiones de un mismo ser (ver Figura 1.1). Desde esta perspectiva estas dimensiones son denominadas como Inteligencia Cognitiva e Inteligencia Emocional. Las competencias del “saber conocer” y “saber hacer” son vinculadas a la Inteligencia Cognitiva y la Inteligencia Emocional se vincula al desarrollo de las competencias del “saber convivir” y del “saber ser”. La Inteligencia Emocional debe ser entendida como las capacidades y habilidades de naturaleza emocional que abonan al éxito de la persona en lo individual y lo social (Achaerandio, 2008a; Achaerandio, 2008b). Para Ibarrola (2003) el éxito funcional de una persona es aportado en un 25% por su Inteligencia Cognitiva, y entre el 60 al 70% por la Inteligencia Emocional.

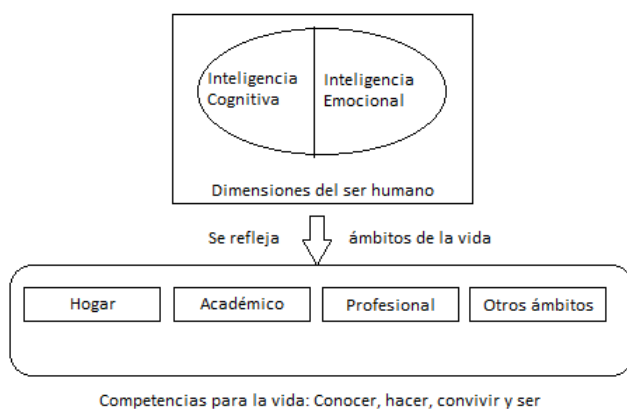


Figura 1.1.: Panorama extendido de la inteligencia
Fuente: Elaboración propia

La Inteligencia Emocional y Cognitiva se concreta en el plano personal y social del

individuo. Lo anterior permite extender las inteligencias mencionadas anteriormente y aplicarlas a un colectivo lo cual permite hablar acerca del desarrollo de una Inteligencia Cognitiva Grupal y una Inteligencia Emocional Grupal (ver Figura 1.2). En este sentido se puede hablar del desarrollo de la Inteligencia Cognitiva y de la Inteligencia Emocional mediante procesos socioculturales (Urch y Wolf, 2005; Ibarrola, 2003; Hernández, 2002).

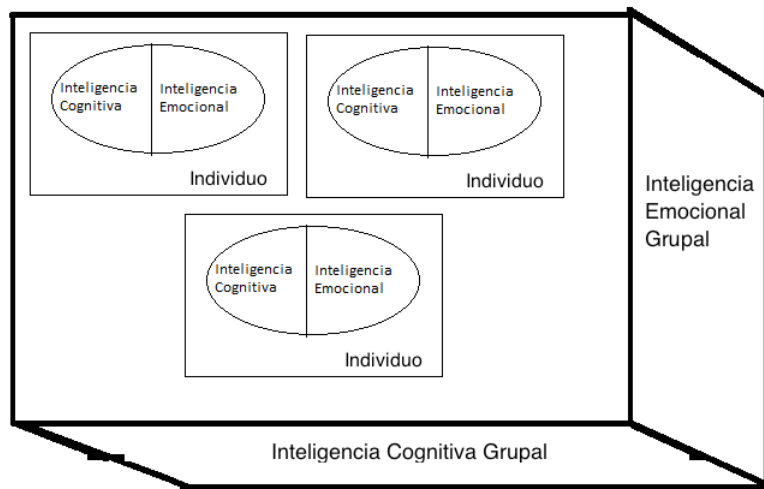


Figura 1.2.: Relación individual y colectiva de la Inteligencia Cognitiva y Emocional
Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se puede destacar que la Educación Integral es un concepto que difiere entre muchos autores, por lo tanto el concepto y significado puede variar dependiendo de la perspectiva de análisis.

1.2 El Desarrollo Sociocultural

La formación integral, el desarrollo de las dimensiones humanas y la manifestación de estas en las redes sociales se pueden fundamentar desde los planteamientos teóricos de Vygotsky y de la teoría del constructivismo sociocultural.

Para Hernández (2002), Sántas y Varó (2002) la teoría sociocultural representa un marco teórico que de forma integradora relaciona el aprendizaje, el desarrollo psicológico, la educación

y la cultura; ya que este marco permite establecer la distinción entre el mundo natural y el mundo cultural creado por el hombre como especie. Por su parte Bruner (1988), citado por Hernández (2002), entiende que los diferentes grupos sociales transmiten mediante prácticas sociales su identidad, valores y los mismos saberes de la cultura entre los individuos y sus diferentes generaciones. Además, este reconoce que en los diferentes espacios de interacción social se desarrollan procesos de discusión, negociación y reconstrucción de saberes, habilidades, valores, actitudes, normas y muchos elementos más que forman parte de las diferentes dimensiones de las personas. Por su parte Cole (1985), citado por Hernández (2002), expresa que los contextos culturales promocionan el aprendizaje y el desarrollo general de cada persona.

Para Ivic (2010), Cubero y Luque (2004) la teoría del constructivismo sociocultural de Vygotsky representa el desarrollo de la naturaleza humana como el resultado de la interiorización de la experiencia cultural transmitida y guiada socialmente entre las diferentes generaciones. Mediante este planteamiento no solo el mundo natural influye en la conducta humana, ya que las personas modifican y crean sus propias condiciones de desarrollo. En este sentido aclaran que no existe una única clase de desarrollo, sino distintos tipos de desarrollo los cuales abren distintos cursos de evolución futuros. Para Wertsch (1985), citado por Cubero et al (2004), el desarrollo no es el incremento cuantitativo de las capacidades de las personas, sino procesos trascendentales que cambian la propia naturaleza del desarrollo.

Leontiev, citado por Cubero et al (2004), y Sántas y Varó (2002), expresa que para la teoría sociocultural de Vygotsky las relaciones entre las personas y su medio en las que intervienen los elementos superiores del comportamiento humano, los sujetos regulan y transforman la naturaleza, modifican de forma dinámica el entorno y a sí mismas. Para Wertsch, citado por Cubero et al (2004), las herramientas y recursos culturales transforman el pensamiento, el habla y en general la acción humana.

Blanck (1993) y Cole (1993), citado por Hernández (2002), en sintonía con Cubero et al (2004) plantean que el contexto cultural permite regular nuestras propias conductas y las de los demás. La persona y su actuar, en un momento dado, ha sido formado por su historia, su inmersión

en el mundo cultural y los procesos dinámicos que se desarrollan en este.

Para Hernández (2002) y García (2002) en el paradigma sociocultural la persona debe entenderse como individuo y ser social, el cual es el resultado de las múltiples interacciones sociales en que se involucra a lo largo de toda su vida. Estos autores, con base a los planteamientos de Vygotsky, reafirman que mediante la participación del sujeto de las diferentes prácticas y procesos sociales, en los que se encuentran presentes diferentes agentes y artefactos culturales, la persona se acultura y socializa, y al mismo tiempo se individualiza y desarrolla sus propias capacidades y rasgos. Por lo anterior la interacción social con los otros tiene importancia fundamental para el desarrollo de la persona en lo cognitivo, afectivo entre otros. Según Driver et al (1994), Edwards y Mercer (1987), y Valsiner (1988), citado por Cubero et al (2004), la construcción del sujeto en cuanto a características y sus diferentes capacidades no se debe entender como un acto individual, sino como un proceso de co-construcción que se realiza con la ayuda de otras personas; es decir, la persona como individuo reconstruye, y como ser social co-construye su humanidad. Para Rogoff (1990), citado por Cubero et al (2004), la meta educativa dentro del paradigma sociocultural es que la persona se apropie de los recursos de la cultura, a través de la participación con otros en actividades conjuntas también definidas por la cultura.

Lantolf y Appel, citado por Santás y Varó (2002), expresa que la interacción con otros individuos fomenta procesos psicológicos superiores que favorecen el aprendizaje. El aprendizaje en este sentido no se entiende de forma exclusiva respecto a la reconstrucción de la dimensión cognitiva de la persona; sino, a todas las dimensiones que puede desarrollar la especie humana.

1.3 El Desarrollo Sociocultural y la Cibercultura

La raza humana, por naturaleza, no puede existir ni desarrollarse como ser aislado entre su propia especie; de forma aislada cualquier persona es un ser incompleto (Ivic, 2010). Para este autor, sustentado en las ideas de Vygotsky, la prolongación de la persona se encuentra en los demás. El individuo desde que nace se encuentra inmerso por defecto en un grupo social y cultural, entre los cuales se puede mencionar la familia biológica u otro equivalente que le reemplace a esta.

El constructivismo sociocultural de Vygotsky expresa que los procesos psicológicos superiores forman parte del funcionamiento mental del individuo. Dichos procesos tienen su origen en lo social, en la interacción con las otras personas, en la participación del individuo en actividades culturales; las cuales contribuyen al psiquismo humano (Sántas, 2002). En la ley genética del desarrollo cultural de este, citado por Cubero (2005), plantea que las funciones psicológicas en el desarrollo cultural aparecen en lo social, en primera instancia, a través de procesos interpsicológicos, y posteriormente en lo individual como procesos intrapsicológicos. Además, menciona que como ejemplos de funciones psicológicas superiores se puede encontrar la atención voluntaria, la memoria lógica, y el desarrollo de conceptos.

La cultura, a través de sus agentes, realiza una transmisión de objetos y herramientas culturales de las que el individuo termina apropiándose. Entre ellos se encuentra el habla, sistemas de signos y símbolos, entre otros. Estas herramientas y objetos culturales son fundamentales para que el individuo pueda participar en procesos interpsicológicos y construir su propia humanidad mediante sus propios procesos intrapsicológicos (Hernández, 2002).

Los procesos interpsicológicos tienen las características de ser procesos distribuidos, interactivos, contextuales y compartidos. El individuo mediante su interacción constante en dichos procesos crece desde su “zona de desarrollo actual” hacia su “zona de desarrollo próximo”. Este crecimiento se realiza mediante la interiorización y apropiación de elementos al interactuar en comunidad (Cubero et al, 2004).

El habla es el instrumento que tiene el individuo y los grupos sociales para interactuar y participar en los procesos psicológicos. Este objeto e instrumento de mediación cultural, a través del sistema de signos, permite transformar el pensamiento, la acción humana y la misma cultura. El lenguaje inicialmente tiene una función esencialmente comunicativa; pero al desarrollar los procesos psicológicos superiores esta se convierte en regulador de la misma acción. La mediación de significados que se da a través de la dialéctica reconfigura y transforma la naturaleza del desarrollo de la persona (Cubero et al, 2004; Hernández, 2002). En este mismo enfoque Fainholc (2012) afirma que la lengua le permite al hombre aprender, desarrollarse en su entorno y construir

realidades.

El habla utiliza diferentes medios de comunicación, a través de los cuales pueden interactuar el individuo y los grupos sociales. Para Baquero y Medina, citado por Hernández (2002), las interacciones sociales se pueden dar a través de tecnologías de mediación sociocultural. Estos recursos culturales se han concretado en el presente con la denominación de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), el cual transforma la naturaleza de los espacios de interacción tradicional hacia espacios digitales de interacción.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) son instrumentos que nacen con una función comunicativa de la información. Sin embargo, la misma acción humana transformó el medio en un espacio para interactuar socialmente. Este nuevo espacio se concreta en lo que actualmente denominamos ciberespacio. Para González (2009) el ciberespacio representa nuevas dinámicas y espacios en los que las personas extienden las funciones de sus mentes y sus procesos psicológicos superiores al dominio de las tecnologías. El efecto se traduce en un fenómeno en el que los seres humanos transfieren su espacio comunicacional y dinámicas sociales desde el modo cara a cara al dominio de los flujos de datos electrónicos.

El ciberespacio como recurso y tecnología de mediación sociocultural permite desarrollar nuevas dinámicas, formas y la naturaleza de la misma cultura. El resultado de dicha transformación es un salto transcendental de la cultura, una reconstrucción y expansión de esta, a la cual se denomina cibercultura o cultura digital. Como efecto en cascada en un entorno holístico los agentes socioculturales trascienden, así como sus procesos, dinámicas, interacciones, entre otros; dando una transformación sistémica a todo nivel. El resultado final es la aparición de ciberindividuos, ciberrelaciones, ciberactividades, ciberinteracciones, entre otros (Hernández, 2002; Fainholc, 2012; García et al, 2007; Levy, 2007; López, 2013; González, 2009; Cubero et al, 2004; Ivic, 2010; Austin, 2010; Senge, 2002).

En la cibercultura ya no se habla de un paradigma socio-cultural, ahora se extiende el concepto a un paradigma socio-tecnológico-cultural también denominado socio-tecnocultural. Esta cultura digital representa una transformación revolucionaria en los agentes y prácticas

culturales, interacciones, comunicaciones, y dinámicas colectivas. El nuevo entorno trasciende el medio cultural tradicional, donde prevalece lo oral y escrito, hacia una extensión donde la tecnología reconfigura lo simbólico, material y organizativo (González, 2009; Levy, 2007; Cubero et al, 2004).

En el paradigma socio-tecnológico-cultural de la cibercultura se considera a las TIC como sistemas tecnológicos, los hipertextos como sistemas simbólico-culturales y las comunidades virtuales como sistemas sociales. Este entorno contiene sus sistemas de signos y otros instrumentos culturales en forma digital. Además, la mediación simbólica interpretativa de la palabra se encuentra presente en esta cultura (Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

La teoría del constructivismo de Vygotsky sigue teniendo validez en la cultura digital, ya que la cibercultura es un tipo especial y extensión de la misma cultura, resultado de un cambio en la propia naturaleza de esta. Las personas ahora participan y desarrollan nuevas prácticas humanas propias de la cibercultura. La cibercultura trae consigo objetos y herramientas culturales, tales como el sistema de signos, el habla y su naturaleza semiótica, así como la realización de procesos interpsicológicos e intrapsicológicos dentro de esta. En la era digital las personas se construyen, reconstruyen y co-construyen por la inmersión de estos en el contexto socio-tecnológico-cultural (Cubero et al, 2004; Ivic, 2010; Hernández, 2002; Fainholc, 2012; García et al, 2007; López, 2013; Levy, 2007; González, 2009; Austin, 2010).

1.4 Prácticas ciberculturales

Las personas que nacen inmersas en la época de la cibercultura o en la cultura digital suelen denominarse nativos digitales o ciberindividuos; estos sujetos viven en un mundo rodeado por la tecnología digital. La influencia del contexto tecnológico que reciben las personas las llevan a reconfigurarse a sí mismas para que estas tecnologías se conviertan en parte intrínseca de su forma de vida. El desarrollo de la persona en este ambiente le permite poseer muchos presaberes, habilidades, esquemas mentales y en general altas competencias en el uso de la tecnología. La tecnología prácticamente satisface las necesidades de estas personas en los ámbitos

de entretenimiento, comunicación, ocio, educación y cualquier otro tipo de actividad. Se encuentra que el cambio en las personas se puede reflejar en su forma de trabajar o hacer las cosas, sus formas de pensar y hasta de sentir. Las características de estas personas es que trabajan mucho en red, lo cual les permite un desarrollo actitudinal; producen y comparten información, fortaleciendo habilidades lectoescritoras; trabajan en varias tareas al mismo tiempo, mejorando su memoria de trabajo; y fomentan tendencias de aprendizaje basado en lo visual. Estas nuevas realidades le permiten al individuo realizar nuevas prácticas como relaciones amorosas cibernéticas, sexo cibernético (usualmente por chat) y una diversidad inimaginable de escenarios que se realizan en el ciberespacio. Además, el nivel de reconfiguración del individuo puede ser tan alto que la tecnología le permite trascender de una realidad presencial a una realidad totalmente virtual y tener doble vida con personalidades totalmente diferentes (Castells, 2003; González y Wagenaar, 2003; García et al,2007).

Aquellas personas que no se encuentran inmersos completamente por el mundo de la tecnología son conocidas como migrantes digitales. Los nativos digitales participan de manera natural en la cultura y cibercultura; por otro lado, los migrantes digitales participan con mucha más frecuencia en el contexto sociocultural y con menos destreza en el contexto socio-tecnológico-cultural (García et al, 2007; López, 2013; Levy, 2007).

En la cibercultura se generan grandes dinámicas de procesamiento de la información debido a la digitalización de las actividades humanas, este fenómeno se asocia con el término de sociedad de la información. La sociedad del conocimiento, concepto extendido de la sociedad de la información, representa aquellas sociedades cuyos individuos se desarrollan debido a la acción humana en un mundo inmerso por la tecnología digital (Fainholc, 2012; García et al, 2007).

La nube y la Web 2.0 son expresiones originarias de la cibercultura o cultura digital. López (2013) expresa que este entorno refleja la transformación de las dinámicas sociales, las interacciones y prácticas colectivas, creando redes digitales que potencian la inteligencia colectiva y nuevos procesos de aprendizaje (ver Cuadro 1.1). En ese sentido la Web 2.0 se entiende como un fenómeno en el que el ciberespacio, a través de aplicaciones informáticas, han inducido a los

Cuadro 1.1.: *Características de la nube y las aplicaciones más comunes de la Web 2.0*

Simplifica la lectoescritura de contenidos.
Amplifica los espacios de participación e intercambio.
Se adapta a las multitudes inteligentes.
Permite explorar formas de organizar, clasificar y jerarquizar la información.
Permite explorar formas de organizar, clasificar y jerarquizar el conocimiento explícito de manera colectiva

Fuente: Cobo y Pardo, citado por López (2013, p. 105)

jóvenes a contar con una serie de dinámicas de creación, consumo y distribución de contenidos multimedia, basado en la participación de las comunidades de usuario en los ambientes virtuales.

En la cibercultura existen prácticas culturales propias de este entorno. Algunas formas de manifestación de estas se pueden observar en la práctica habitual de trabajo en red, prácticas de gestión de información el cual involucra la elaboración, catalogación y distribución de forma estructurada o informal de esta. Por otra parte, en este entorno la comunicación se vuelve horizontal ya que no se supedita a una autoridad formal. Además, se encuentran nuevas expresiones culturales entre las que se puede mencionar los selfies y belfies entre muchos otras cosas más. Las diferentes formas de uso de la tecnología por parte de las personas o grupos sociales, representan expresiones ciberculturales (Castells, 2003; López, 2013; García et al., 2007).

En estos días la tecnología digital ha evolucionado a niveles tan altos que ha logrado formar parte en la vida de las personas y sus hogares. En las casas se pueden encontrar cámaras fotográficas, computadoras, tabletas, consolas de video juegos, teléfonos inteligentes y muchos dispositivos más interconectados e intercomunicados entre todos ellos. Las personas, además de utilizar diversidad de dispositivos también hacen uso de diferentes aplicaciones que interactúan de forma síncrona y asíncrona entre todos ellos. Para Cobo y Pardo, citado por López (2013), entre las dinámicas y procesos importantes que se pueden encontrar en la cibercultura manifestado en la Web 2.0 se hallan las redes sociales, entre cuyas aplicaciones concretas se puede mencionar Facebook, Twitter, Myspace, Google+; también están los organizadores sociales e inteligentes de la información, reflejados a través de aplicaciones tales como el buscador de Google, Delicious; luego se tienen los administradores de contenido entre los cuales se encuentra Youtube, Blogger, Joomla, Flickr,

Slideshare; y por último hay aplicaciones y servicios variados tales como repositorios virtuales, escritorios virtuales, servicios de música y muchos más. Según Johnson, Adams, Estrada y Freeman (2014) las 25 principales plataformas de medio social del mundo comparten 6.3 mil millones de cuentas entre todos ellos. Se estima que comparten en el ciberespacio fotografías, audio y video por billones. Las aplicaciones de redes sociales han proliferado de tal manera que abarcan todas las edades y todos los grupos demográficos.

1.5 Redes Sociales

Las Redes Sociales suelen ser un término ambiguo en diferentes contextos. Este término tiene puntos de encuentro en diferentes disciplinas científicas tales como la antropología, psicología, sociología y matemática. Adicionalmente en el entorno de internet se suele asociar las aplicaciones informáticas, por ejemplo “Facebook”, como una red social; respecto a esto último, se aclara por adelantado que estas aplicaciones informáticas representan un medio de interacción entre los diferentes miembros que integran una red social.

La formación de las redes sociales se desarrolla de forma cotidiana en los diferentes contextos sociales donde la persona se encuentra inmersa. Cuando el individuo nace, este se incorpora a los grupos sociales primarios iniciando su pertenencia a más de una red. Esta primer red es la red familiar, posteriormente en la interacción con los amigos de nuestros parientes desarrollamos otra red, luego formamos otra red con los amigos de nuestros amigos, luego otra red con los vecinos, y así sucesivamente (ver Figura 1.3). Por lo tanto se entiende que las redes sociales se desarrollan a partir de la multitud de relaciones del individuo (Santos, 1989).

Desde un enfoque histórico, Lozares (1996) expresa que el término Red Social es utilizado a partir de la década de los treinta. Este autor expresa que desde el enfoque de la Sociología, la Red Social se concreta en la teoría de redes denominada como sociometría; en ella se pone de relieve que el campo de relaciones de los individuos se configura por la estructura del grupo, espacio social de dicho grupo; la cual incide en las formas de comportamiento de dicho grupo. Nadel, citado por este mismo autor, expresa que la estructura del grupo es la articulación de elementos en la que se

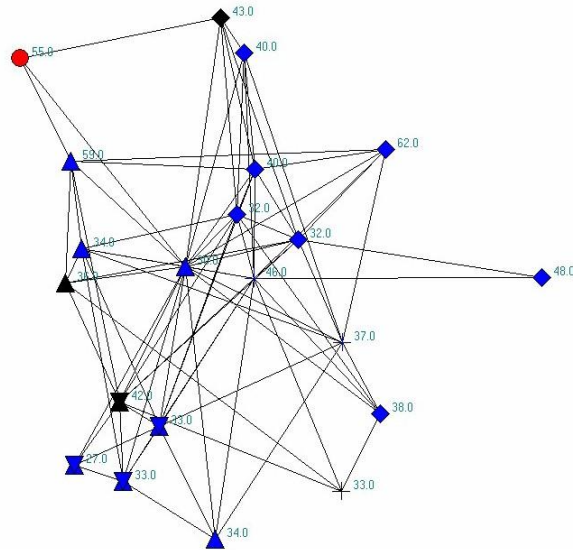


Figura 1.3.: Red de amistad en una organización
 Fuente: Molina (2004, p. 38)

conforma un suprasistema, dichas estructuras representan roles que pueden ser analizados a partir de modelos matemáticos, convergiendo de esta manera la teoría de redes con la teoría de grafos. El resultado de este encuentro multidisciplinar es la innovación metodológica, teórico conceptual, técnicas y recolección de datos y muestreos en el análisis de redes sociales.

Para Dans (2014) el concepto de Red Social tiene su origen en los años cincuenta, en esta fecha se establece que a partir de un individuo, se puede organizar una red social con los conocidos del sujeto y los contactos de estos a su vez. Sahelices (2013) plantea como ejemplo de Red Social las redes familiares, de amigos, laborales, de pasatiempo; sin embargo, aclara que aquellas personas que pertenecen a una red social de amistad, real o virtual, no coincidirá necesariamente con una red social laboral. En otras palabras, una persona puede tener muchas y diferentes redes sociales de forma simultánea.

El concepto de Red según Santos (1989), basado en la teoría de grafos, representa una serie de puntos vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades. Las relaciones se representan como flechas, y los actores como nodos de la red. Por su parte Lozares (1996) entiende una Red Social como un conjunto de actores bien definidos (individuos, grupos o subgrupo, organizaciones o comunidades) vinculados unos a otros a través de una relación o un

conjunto de relaciones sociales. Según Mitchell, citado por Lozares (1996), las relaciones sociales pueden ser usadas para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas. Barnes, citado por Dans (2014, p. 149), establece el término Social Network como una “estructura social de nodos que son en general personas u organizaciones. [...] Una red social representa las relaciones, flujos de información o conocimiento y cualquier otro tipo de intercambio entre las personas, grupos, organizaciones u ordenadores que las integran”.

El origen o motivación de construcción de redes sociales, según Sahelices (2013), tiene el propósito de satisfacer intereses o necesidades comunes entre los individuos, lo anterior conlleva a la creación de vínculos entre los individuos, propiciado por su misma condición de ser social, para lograr sus objetivos. Para Borgatti y Halgin, citado por Sahelices (2013), los vínculos pueden ser de dos tipos: los vínculos de “estado” los cuales perduran en el tiempo (parentesco, amistad) y los vínculos “evento” cuyo tiempo es transitorio. De forma diferenciada Molina (2004) denomina a los vínculos como lazos, los cuales pueden ser fuertes o débiles. Los lazos fuertes son aquellos que proporcionan recursos, información y soporte emocional al individuo; dichos lazos lo brindan un grupo muy reducido de personas con las que se tiene un contacto frecuente. Los lazos débiles son vínculos especializados compartidos por un grupo denominado “los conocidos” cuyo contacto es menos frecuente (ver Figura 1.4). En contraste (Santos, 1989) expresa la categoría de los vínculos como “concreta” la cual pretende el logro de un objetivo determinado, vínculo “difuso” que implica el soporte de otros individuos de naturaleza general, y vínculo “potencial” donde la existencia de un vínculo permitirá en el futuro la creación de otro vínculo.

En los tiempos actuales el estudio de las Redes Sociales se encuentra formalizado como el Análisis de Redes Sociales (ARS) respaldado por la fundación INSNA (International Network for Social Network Analysis) la cual promueve y recoge avances a nivel metodológico, teórico y conceptual de este campo de estudio. Según Santos (1989) el Análisis de Redes Sociales no presta tanta atención a los atributos de los actores en la red, ya que el énfasis se encuentra en los vínculos que relacionan a los actores para comprender las conductas y acciones que se desarrollan en la red por parte de sus miembros. Para Lozares (1996, p. 110) el centro del análisis de redes sociales se

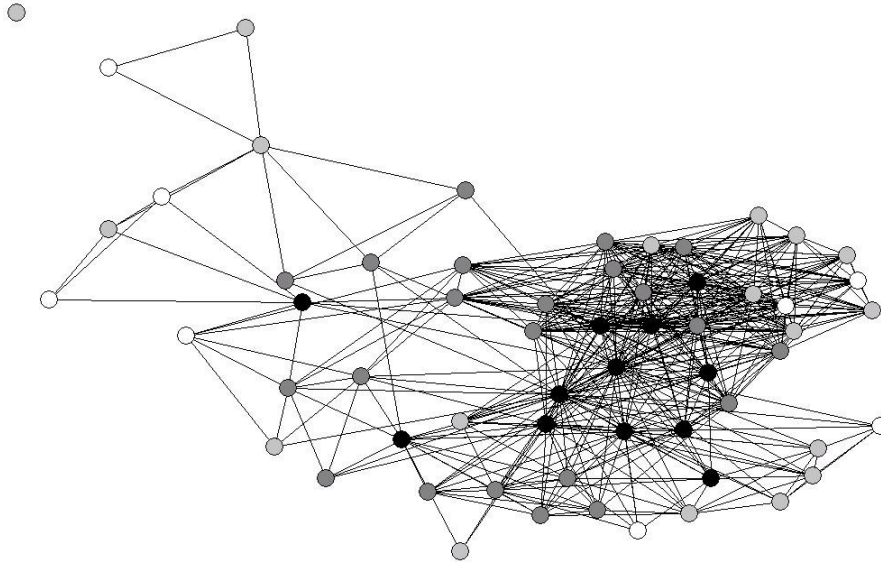


Figura 1.4.: Lazos fuertes y débiles de una red personal
 Fuente: Molina (2004, p. 41)

encuentra “en el supuesto de que lo que la gente siente, piensa y hace tiene su origen y se manifiesta en las pautas de las relaciones situacionales que se dan entre actores [...]” la cual configura las pautas de comportamiento.

Por lo anterior, Lozares (1996) expresa conceptos fundamentales que deben formalizarse para el Análisis de Redes Sociales:

- Los actores sociales: Entidades sociales (individuos, organizaciones, subgrupos, etc.) los cuales poseen vínculos que conllevan al desarrollo de interacciones entre ellos.
- Los lazos relacionales: Vínculos entre pares de actores. Entre la diversidad de vínculos se puede mencionar el familiar, la amistad, laboral entre otros.
- Díada: Relación específica entre dos actores.
- Tríada: conjunto de tres actores y sus relaciones. Facilita el análisis de balance y propiedades de transitividad en la red.
- Subgrupo: subconjunto de actores y las relaciones entre todos ellos.
- Grupo: sistemas o conjunto de actores y sus relaciones sobre los que se centra el análisis.

En la red social se debe analizar el contenido y forma de esta. El contenido es la sustancia de la relación (afecto, información) la cual fluye entre los diferentes actores. Lo anterior implica

acciones o comportamientos por parte de los individuos. La forma representa la expresión abstracta de la relación y las propiedades de configuración total de la red.

Las aplicaciones de Análisis de Redes Sociales desde una perspectiva a nivel individual o grupal se pueden desarrollar a nivel micro o macro social. Para Santos (1989) cuando se aplica el concepto de red, se debe tomar en cuenta el nivel de análisis dentro de la red. Lo anterior se debe a la existencia de implicaciones importantes al utilizar el marco de referencia tales como la totalidad de la red de una persona (análisis de relaciones duales con los diferentes miembros de la red), la totalidad de la red de dos personas (análisis por tríadas) o la red completa en toda su expansión, estudiando como cada actor condiciona o incide en el resto, y viceversa.

En la cultura digital las interacciones entre personas se desarrollan a través de tecnologías de mediación sociocultural. Los vínculos de las redes sociales han trascendido su materialización y desarrollo desde los espacios presenciales de interacción a espacios digitales de interacción (Hernández, 2002; Sahelices, 2013).

De esta manera, el presente estudio pretende investigar cómo los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador usan las redes sociales en cada una de las dimensiones del desarrollo humano integral en el contexto de la cultura digital.

II. Planteamiento del Problema

Los individuos son seres complejos y dinámicos constituidos por múltiples dimensiones. A pesar de esta complejidad multidimensional el sistema educativo usualmente jerarquiza en primer lugar el desarrollo cognitivo de la persona dejando en segundo plano las otras dimensiones que permiten un desarrollo pleno del individuo. Dicho enfoque tiene como efecto el desarrollo de sociedades con desigualdad social, de prácticas de esclavización económica del hombre por el hombre, del fomento de la impunidad y de sistemas sociales injustos, entre otros.

Por lo tanto, ante el reconocer las problemáticas actuales de las que sufren diferentes sociedades se hace presente el llamado a reflexionar sobre los elementos de transformación que debe lograr una verdadera educación. Debido a esta falta de claridad del sistema educativo formal y de cómo su intervención afecta directa e indirectamente las dimensiones de la persona surge un nuevo enfoque de Educación Integral. Este nuevo enfoque de educación pretende el desarrollo de las dimensiones del individuo en lo cognitivo, comunicativo, socio-político, ético, espiritual entre otros (ACODESI, 2013). Como resultado una educación verdadera equilibra la importancia y prioridad de todas las dimensiones que constituyen a la persona.

Las instituciones educativas en El Salvador muchas veces desconocen las características internas de su población estudiantil, reflejado por las pocas investigaciones que se realizan hacia el interior de su comunidad, por lo tanto lograr un desarrollo integral intencionado durante la vida académica de su alumnado es un proceso aleatorio, confuso y de prueba y error.

La propuesta educativa de La Compañía de Jesús, actualizada al 2006, apuesta por una educación que permita el desarrollo integral de la persona. Desde esta perspectiva se entiende al ser humano como entidad única con diferentes dimensiones en las que de manera complementaria permiten la realización plena del individuo (Vásquez, 2006).

En este momento, parece que, las redes sociales son espacios de alta interacción humana por parte de los alumnos, por lo tanto conocer la manifestación de las actividades que estos realizan en ella, permitirá identificar las dimensiones que se encuentran desarrollando en un momento dado.

En este contexto específico surge la pregunta de investigación: ¿Cuál es el uso que hacen de las redes sociales los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador según las dimensiones del desarrollo humano integral?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Identificar el uso de las redes sociales, de los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador, en cada una de las dimensiones del desarrollo humano integral.

2.1.2 Objetivos específicos

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión ética de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión espiritual de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión cognitiva de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión afectiva de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión comunicativa de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión estética de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión corporal de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Elaborar un perfil del uso de las redes sociales desde la perspectiva de la dimensión sociopolítica de los estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

2.2 Variables de estudio

- Red Social
- Uso de las redes sociales para la expresión de las Dimensiones del Desarrollo Humano
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Ética
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Estética
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Corporal
- Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica
- Edad
- Sexo
- Carrera
- Sección

2.3 Definición de variables

2.3.1 Definición conceptual

• Red Social:

Conjunto de actores, vinculados por una serie de relaciones en las cuales se desarrollan diferentes interacciones en la realización de diferentes procesos sociales en el contexto socio-tecnológico-cultural (Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001; Santos, 1989).

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de las Dimensiones del Desarrollo Humano:

Para el presente estudio esta variable se definió como las diferentes manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales desde los planteamientos de ACODESI (2013). Según ACODESI (2013) las dimensiones del desarrollo humano integral son la dimensión ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal y sociopolítica.

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Ética:

Son las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales respecto a la toma de decisiones con base en valores para luego realizar acciones de las cuales debe asumir las consecuencias y responsabilidades (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual:

Se definió como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para trascender su existencia, para contactarse con Dios y dar sentido a su propia vida (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva:**

Son las diferentes manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para aprender conceptualmente la realidad que lo rodea. De esta manera las personas pueden interactuar con dicha realidad y transformarla (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva:**

Se definió como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para relacionarse con los demás y consigo mismo; de expresar sus sentimientos, emociones y sexualidad, con miras a desarrollarse como ser social (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa:**

Son las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales, las cuales les permiten encontrar significados y representarlos a través del lenguaje para interactuar con otros (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Estética:**

Se definió como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para interactuar con el mundo y consigo mismo desde su propia sensibilidad para apreciar la belleza y expresarla de diferentes maneras (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Corporal:**

Son las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales, en el cual las personas como seres corpóreos se manifiestan con su cuerpo y desde su cuerpo, son presencia para el otro y participan en procesos de formación y de desarrollo físico y motriz (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

- **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica:**

Se definió como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para vivir “entre” y “con” otros, de tal manera que las personas pueden transformarse y transformar el entorno en el que se encuentran inmersos (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

- **Edad:**

Es el tiempo de vida que ha vivido una persona (Real Academia Española, 2014).

- **Sexo:**

Condición respecto al órgano reproductor de los animales o plantas (Real Academia Española, 2014).

- **Carrera:**

Conjunto de estudios que permite el ejercicio de una profesión (Real Academia Española, 2014).

- **Sección:**

Agrupación de un conjunto de personas (Real Academia Española, 2014).

2.3.2 Definición operacional

- **Red Social:**

Son comunidades o grupos de personas que interactúan entre sí mediante el uso de la tecnología. Estas tecnologías se concretan en aplicaciones, para múltiples dispositivos, de la Web 2.0.

Las expresiones dimensionales del desarrollo humano se entienden para el presente estudio como las diferentes formas de uso de las redes sociales desde los planteamientos de ACODESI (2013). Por ello se pretende observar y registrar, a través de un cuestionario cerrado, cómo se manifiesta la dimensión ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal y sociopolítica al estar inmersos en el contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales.

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de las Dimensiones del Desarrollo Humano:

Esta variable multidimensional se descompone en diferentes variables unidimensionales, cuantificables a través de escalas tipo Likert, desde los planteamientos de ACODESI (2013). La escala tipo Likert sistematiza la recolección de datos cuantitativos en una investigación. Es un tipo de escala aditiva que corresponde a un nivel de medición ordinal; consiste en una serie de elementos expresado en forma de afirmaciones a los cuales se solicita la reacción del sujeto. A cada escala del ítem se le asigna un valor que llevará al sujeto a una puntuación total resultado de las puntuación de los diferentes elementos. Esta puntuación final indica la puntuación del sujeto y las manifestaciones dimensionales de su contexto en dicha escala (Maldonado, 2012; Hernández, 2002; García, 2002; ACODESI, 2013). Las variables unidimensionales son el Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Ética, Espiritual, Cognitiva, Afectiva, Comunicativa, Estética, Corporal y Sociopolítica. Cada variable unidimensional representa un indicador que se calcula como el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión unidimensional manifestada en este contexto.

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Ética:

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Ética utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta acciones de expresión y recepción en la Redes Sociales relacionado con posturas de pensamiento y reflexión sobre lo que se considera correcto o incorrecto individual y socialmente dentro del contexto socio-tecnológico-cultural. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión ética del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual:

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta acciones de expresión y recepción en las Redes Sociales vinculado a la religión, iglesia, la fe y la Biblia dentro del contexto socio-tecnológico-cultural. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión espiritual del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, donde un puntaje alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva:

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta percepciones en el desarrollo de habilidades cognitivas, acciones relacionadas con el desarrollo del conocimiento estratégico, procedimental y actitudinal, y la realización de acciones para la resolución de problemas, y acciones educativas formales, informales y no formales en la interacción con las Redes Sociales dentro del contexto socio-tecnológico-cultural. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión cognitiva del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un puntaje alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva:

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta acciones de expresión y recepción de sentimientos de odio, soledad, felicidad, frustración, seguridad, miedo y alegría al interactuar con las Redes Sociales dentro del

contexto socio-tecnológico-cultural. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión afectiva del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa:**

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta las percepciones en el desarrollo de habilidades comunicativas, acciones relacionados con los significados de los mensajes y reflexiones sobre los canales de comunicación al interactuar con las Redes Sociales dentro del contexto socio-tecnológico-cultural. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión comunicativa del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Estética:**

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Estética utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta percepciones, acciones de expresión y recepción relacionadas con la belleza al interactuar con las Redes Sociales dentro del contexto socio-tecnológico-cultural. Entre las formas de belleza consideradas se encuentran aquellas relacionadas al arte; entre las cuales se puede mencionar la pintura, escultura, arquitectura y la música. Además, se consideraron otros elementos tales como la poesía, virtudes, ornamentación, y la moda. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión estética del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario

contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Corporal:**

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Corporal utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta percepciones, acciones de expresión y recepción vinculado al desarrollo físico, motriz y manifestación corpórea e identidad al interactuar con las Redes Sociales dentro del contexto socio-tecnológico-cultural. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión corporal del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• **Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica:**

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica utilizó una escala tipo Likert para la cuantificación de este indicador. Para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión se tomó en cuenta acciones de expresión y recepción vinculadas al civismo, patriotismo, activismo político y activismo electoral al interactuar con las Redes Sociales dentro del contexto socio-tecnológico-cultural . Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión sociopolítica del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

• **Edad:**

Diferencia de años entre la fecha de nacimiento y el momento en que brinda esta información en el cuestionario.

- **Sexo:**

Puede ser hombre o mujer.

- **Carrera:**

Oferta académica en la cual se encuentra inscrita una persona.

- **Sección:**

Grupo al que pertenece el estudiante.

2.4 Alcances y límites

Este estudio solo tomó en cuenta el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales y la manifestación de las actividades, acciones y habilidades que despliega la persona en este entorno. La validez de los resultados que se obtuvieron aplica únicamente para la población de estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador u otras muestras poblacionales que cumplan con características similares a las de los sujetos de estudio.

Las dimensiones del desarrollo humano son válidas con respecto al planteamiento de ACODESI (2013) y descritas en la sección “2.3”. Para efectos de operativización el instrumento clasificó una manifestación dimensional en una sola categoría las cuales son mutuamente excluyentes entre ellas, a pesar que en la práctica una manifestación socio-tecnológica-cultural de una persona puede representar muchas dimensiones simultáneas. Por otra parte el instrumento solo pretende identificar manifestaciones dimensionales específicas de una categoría dimensional determinada a través de una cantidad finita de ítem, ya que a nivel práctico no es posible registrar todas las posibles acciones humanas que puede desarrollar una persona ni concretarlo en un cuestionario finito; además, debido a que los términos relacionados a cada dimensión pueden ser asociados a diferentes disciplinas científicas, no se pretende que este cuestionario aborde la totalidad que cada disciplina pueda representar, como ejemplo de lo anterior la dimensión ética puede abarcar la conciencia moral, discernimiento ético, estimativa moral y muchos otros

elementos específicos de dicha disciplina en los cuales no se puede profundizar en el presente instrumento.

2.5 Aporte

Esta investigación aporta información de las dimensiones humanas del alumnado del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador, permitiendo así que la institución pueda desarrollar políticas contextualizadas y proyectos de formación docente focalizadas que fortalezcan la calidad educativa que esta brinda. De esta manera el alumnado puede recibir los beneficios de una verdadera educación integral.

Por otra parte el cuerpo docente así como el personal de apoyo a lo docencia que trabaja con esta población estudiantil en un futuro podrá planificar de forma sistematizada la mediación pedagógica de sus cursos tomando en cuenta el perfil pluridimensional de su alumnado.

Además, el presente estudio provee un nuevo instrumento que puede servir de guía para realizar investigaciones similares futuras en otros contextos de índole nacional o internacional.

III. Método

3.1 Sujetos

Para el presente estudio se tomó en cuenta la población conformada por estudiantes del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador. La edad de las personas fue entre 13 y 34 años. Se contó con estudiantes de género masculino y femenino.

La población estudiantil para dicho semestre fue de 727. Además, cada sujeto debió poseer una cuenta en una aplicación de interacción en red social para ser tomado en cuenta como válido.

Los participantes se encontraron inscritos en las diferentes carreras de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura.

Los orígenes de esta población son aquellos que han terminado el bachillerato, de escuelas públicas y privadas, que han sido aceptados para ingresar a la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador. Además, la práctica religiosa de dichas personas fue de diferente tipo, y de igual manera su tendencia política.

Por último, cada persona fue tomada en cuenta a partir de un censo poblacional. La muestra calculada, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, fue de 252; la muestra obtenida fue de 298 participantes, 117 mujeres y 181 hombres, permitiendo un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 4.36%.

3.2 Instrumentos

Para la presente investigación se realizó una revisión de instrumentos de antecedentes previos o tesis relacionadas; sin embargo, ninguno de los documentos consultados se adaptó al enfoque y especificidad de esta investigación. Por ello se diseñó un cuestionario a la medida, cuyo fin fue conocer las expresiones dimensionales del desarrollo humano manifestadas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales por parte de los alumnos de nuevo ingreso al ciclo 01-2015 de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador (ver Anexo A).

Las expresiones dimensionales del desarrollo humano se entendieron, para el presente estudio como las diferentes formas de uso de las redes sociales desde los planteamientos de ACODESI (2013). Por ello se pretendió observar y registrar, a través de un cuestionario cerrado, como se manifiesta la dimensión ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal y sociopolítica al estar inmersos en el ámbito virtual que proveen las redes sociales.

El cuestionario elaborado se dividió en 10 secciones. La primera sección se enfocó en obtener los datos demográficos de los participantes. La segunda sección buscó recolectar la información de las diferentes aplicaciones informáticas de interacción en las redes sociales que son utilizadas por las personas. Las últimas 8 secciones representan un indicador para cada aspecto dimensional en la forma de uso de las redes sociales a través de escalas tipo Likert.

La escala tipo Likert sistematiza la recolección de datos cuantitativos en una investigación. Es un tipo de escala aditiva que corresponde a un nivel de medición ordinal; consiste en una serie de elementos expresado en forma de afirmaciones a los cuales se solicita la reacción del sujeto. A cada escala del ítem se le asigna un valor que llevará al sujeto a una puntuación total resultado de las puntuación de los diferentes elementos. Esta puntuación final indica la puntuación del sujeto en dicha escala (Maldonado, 2012).

Las diferentes secciones del instrumento relacionados a las dimensiones del desarrollo humano en el contexto de las redes sociales fueron diseñadas tomando en cuenta la definición conceptual y operativa de las variables de estudio. Además, se tomó en cuenta en el proceso de construcción de los elementos y escalas la estrategia “definición ” y “retrato robot” planteados por Morales (2011, pp. 52).

La estrategia del retrato robot se implementó buscando en las redes sociales diferentes personas que expresaran, en este medio, de manera intensa la manifestación de alguna dimensión del desarrollo humano, ya que solo de esta manera este fenómeno podía ser observable para el desarrollo de un análisis el cual sirvió de insumo para la construcción del instrumento. Luego con base a este retrato concreto se hizo un análisis cualitativo que permitió crear diferentes ítems y sus escalas respectivas en formato cerrado.

Los indicadores de este instrumento son:

Tabla 3.1

Indicadores del instrumento cuantitativo

Indicador	Ítems
Dimensión corporal	6, 10,15, 21,46, 49
Dimensión afectiva	17, 25,29,36, 43,47
Dimensión estética	12, 20, 24, 30,39,44
Dimensión espiritual	9 ,18, 23, 27, 31, 35
Dimensión ética	13, 16, 19, 28, 40
Dimensión sociopolítica	11, 22, 32, 37, 51
Dimensión comunicativa	7, 14, 26, 41, 45, 50
Dimensión cognitiva	8, 33, 34, 38, 42, 48

Cada indicador se calcula a partir de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un puntaje alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en la inmersión del participante en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales.

Las fuentes de validación del instrumento han sido la definición conceptual y operativa de las variables, la revisión de asesores expertos y el análisis de fiabilidad de las escalas con el coeficiente de Alfa de Cronbach. Según Sahelices (2013, p. 136), el coeficiente de Cronbach cuantifica el nivel de fiabilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las “n” variables observadas. Este valor oscila entre 0 y 1. Según este autor, aquellos valores mayores a 0.6 es aceptable por algunos investigadores y otros lo consideran apropiado si el coeficiente es mayor a 0.7, dependiendo lo anterior del tipo de investigación. El presente estudio fue de tipo descriptivo-cuantitativo por lo tanto se consideraron aceptables coeficientes Alfa de Cronbach mayor a 0.6.

Los valores del análisis fiabilidad de las escalas del instrumento aplicado en el presente estudio se encuentran reflejados en la Tabla 3.2, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 3.2

Alfa de Cronbach de los indicadores del instrumento

Indicador	Alfa de Cronbach
Dimensión corporal	0.722
Dimensión afectiva	0.716
Dimensión estética	0.629
Dimensión espiritual	0.865
Dimensión ética	0.638
Dimensión sociopolítica	0.696
Dimensión comunicativa	0.681
Dimensión cognitiva	0.758

3.3 Procedimiento

Para la presente investigación se desarrollaron los siguientes elementos:

- Se presentó y aprobó el perfil de investigación.
- Se buscaron investigaciones similares para elaborar los antecedentes del presente estudio. Aquellos estudios que no fueron considerados de calidad fueron excluidos.
- Se recopiló diferente literatura de expertos para construir el marco teórico. La unidad de apoyo que permitió facilitar esta actividad ha sido la Biblioteca “P. Florentino Idoate, S.J.”.
- Se elaboró un instrumento, a la medida, tipo encuesta estructurada con respuestas cerradas con escalas tipo Likert (ver anexo). Para efecto de construcción lógica del cuestionario, la versión preliminar contó con ítems agrupados secuencialmente por indicador; además, dicho borrador tomó en cuenta las definiciones conceptuales y operativas de las variables, lo que facilitó el trabajo de

revisión e interpretación por parte de los asesores expertos. La versión definitiva reorganizó los ítems para no inducir respuestas a los participantes.

- Se validó el instrumento con tres asesores expertos. La revisión por parte de asesores expertos fue por medio de correo electrónico, ya que debido a sus actividades profesionales se encontraban fuera del país. Dos de los especialistas expertos tienen la característica de ser psicólogos con postgrado en Política y Evaluación Educativa y el tercero posee un Doctorado en Filosofía Iberoamericana .
- Se depuró el instrumento incorporando las valoraciones de los asesores expertos.
- Se desarrolló un proceso de análisis de fiabilidad de las escalas del instrumento con 101 estudiantes de 4 diferentes centros educativos. Para este proceso se tomó en cuenta alumnos que cumplieran con características similares a los sujetos de estudio. Posteriormente se calculó el Alfa de Cronbach y se analizó el estadístico total-elemento.
- Se refinó el instrumento con base en los resultados obtenidos del análisis de fiabilidad.
- Se coordinó la aplicación del instrumento con el Centro de Admisiones, la Facultad de Ingeniería y Arquitectura y el Departamento de Matemática. En este momento se compartió y reutilizó el conocimiento y experiencia del Centro de Admisiones en la aplicación de instrumentos en formato electrónico con estudiantes de nuevo ingreso; además, se definió las asignaturas comunes de la población de estudio de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura para poder aplicar el instrumento; se solicitó el apoyo del Departamento de Matemática donde los educadores de las materias comunes comunicaron, informaron, explicaron e incentivaron a la participación, en el cuestionario, por parte de la población estudiantil. Las asignaturas comunes donde se aplicó el instrumento fueron Matemática I sección 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07 y Bases para el Estudio del Cálculo sección 01 y 02.
- Se tabuló la información en SPSS Statistics 21.
- Se desarrolló un nuevo análisis de fiabilidad de las escalas con el cuestionario aplicado.
- Se trabajó el análisis descriptivo con los datos recopilados de los sujetos de estudio.
- Se discutieron los hallazgos y se plantearon las conclusiones y recomendaciones del estudio.

3.4 Tipo de investigación y metodología estadística

El alcance del presente estudio fue descriptivo. Según Morales (2010) las investigaciones descriptivas interpretan y refieren lo que aparece de los fenómenos de los que se ha estudiado poco y del cual existe limitada información al respecto.

La presente investigación fue de tipo cuantitativo. Para Achaerandio (2010) los estudios cuantitativos son deductivos y utilizan mediciones cuantitativas de los fenómenos que se pueden representar mediante números y los cuales se pueden analizar a través de métodos estadísticos.

El diseño fue “no experimental - transversal”, ya que no se manipularon variables y los datos se obtuvieron en un momento específico. Para Hernández, Fernández, y Baptista (2006) la investigación no experimental-transversal se da cuando no se pretende controlar o estimular las variables de los fenómenos. Esto lleva a realizar observaciones de campo durante un momento único y después realizar el análisis respectivo.

El presente estudio utilizó la estadística descriptiva, obteniendo distribuciones de frecuencias, medidas de tendencia central y medidas de variabilidad. Para Morales (2007) la estadística descriptiva permite describir matemáticamente grupos o poblaciones. Adicionalmente, se apoyó en la aplicación informática IBM SPSS Statistics 21 para realizar análisis sobre la combinación de variables para describir de mejor manera la población.

IV. Presentación y análisis de resultados

La presente investigación se llevó a cabo para identificar el uso de las redes sociales, de los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador, en cada una de las dimensiones del desarrollo humano integral. Los estudiantes pertenecen a las carreras de Arquitectura, Licenciatura en Ciencias de la Computación, Ingeniería Civil, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Industrial e Ingeniería Química.

Para el presente estudio se elaboró un cuestionario a la medida que permite identificar el uso de las redes sociales en cada una de las dimensiones del desarrollo humano. Las expresiones dimensionales del desarrollo humano se entienden, para el presente estudio como las diferentes manifestaciones dimensionales al interactuar en las redes sociales desde los planteamientos de ACODESI (2013). Por ello se observó y registró, a través de un cuestionario cerrado, como se manifiesta la dimensión ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal y sociopolítica al estar inmersos en el contexto socio-tecnológico-cultural.

4.1 Datos demográficos

Fueron encuestados 298 alumnos de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, donde el 27.18% tienen de 17 años, 43.96% 18 años y 21.14% poseen 19 años de edad ; lo anterior consolida el 92.28% entre los 17 y 19 años de edad (ver Cuadro 4.1).

Cuadro 4.1.: *Frecuencia de edad de los estudiantes*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
1-16	4	1.342
17	81	27.181
18	131	43.959
19	63	21.140
20-34	19	6.375
Total	298	100

El 39.3% de los encuestados fueron mujeres y el 60.7% estuvo constituido por hombres

(ver Cuadro 4.2). La edad media del grupo fue de 18.14 y desviación típica de 1.461 (ver Cuadro 4.3).

Cuadro 4.2.: *Total de encuestados por sexo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mujeres	117	39.3	39.3	39.3
Hombres	181	60.7	60.7	100.0
Total	298	100.0	100.0	

Cuadro 4.3.: *Edad de encuestados*

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	298	21	13	34	18.14	1.461

De los participantes encuestados 11.07% son de la carrera de Arquitectura, 9.73% de Licenciatura en Ciencias de la Computación, 11.74% de Ingeniería Civil, 7.72% de Ingeniería Eléctrica, 8.72% de Ingeniería Mecánica, 37.92% de Ingeniería Industrial y 13.09% de Ingeniería Química (ver Cuadro 4.4).

Cuadro 4.4.: *Frecuencia de encuestados por carrera*

Carrera a la que pertenece	Frecuencia	Porcentaje por carrera
Arquitectura	33	11.07%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	9.73%
Ingeniería Civil	35	11.74%
Ingeniería Eléctrica	23	7.72%
Ingeniería Mecánica	26	8.72%
Ingeniería Industrial	113	37.92%
Ingeniería Química	39	13.09%

4.2 El uso de aplicaciones para interactuar en las Redes Sociales

Las aplicaciones para interactuar en las Redes Sociales más utilizadas por los encuestados son Facebook con un 18.90%, YouTube con 17.47% y WhatsApp con 17.27% (ver Figura 4.1). Otras aplicaciones que pueden considerarse con cierta popularidad son Twitter con 10.84%, Google+ con 9.16% e Instagram con 10.84%. De lo anterior debe notarse que los encuestados utilizan diferentes aplicaciones de forma simultánea.

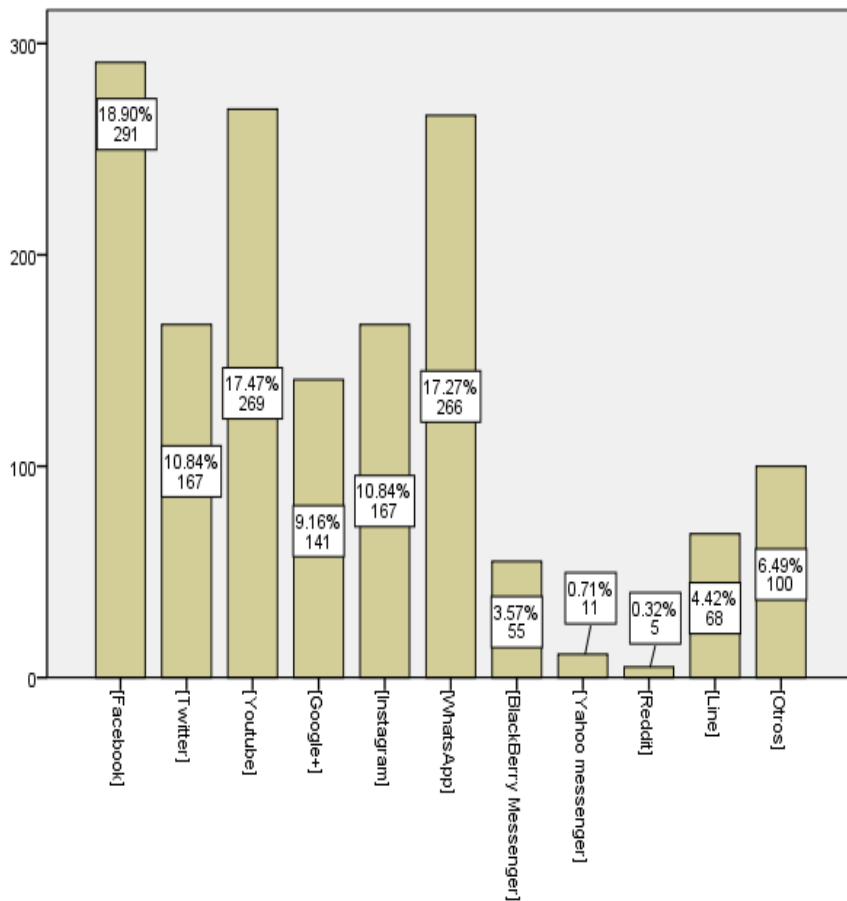


Figura 4.1.: Uso de aplicaciones para interactuar en las Redes Sociales

De las diferentes aplicaciones de Redes Sociales en el medio, en términos relativos estos son utilizados mayoritariamente por hombres (ver Figura 4.2); sin embargo, la utilización de estas por parte de mujeres también es importante.

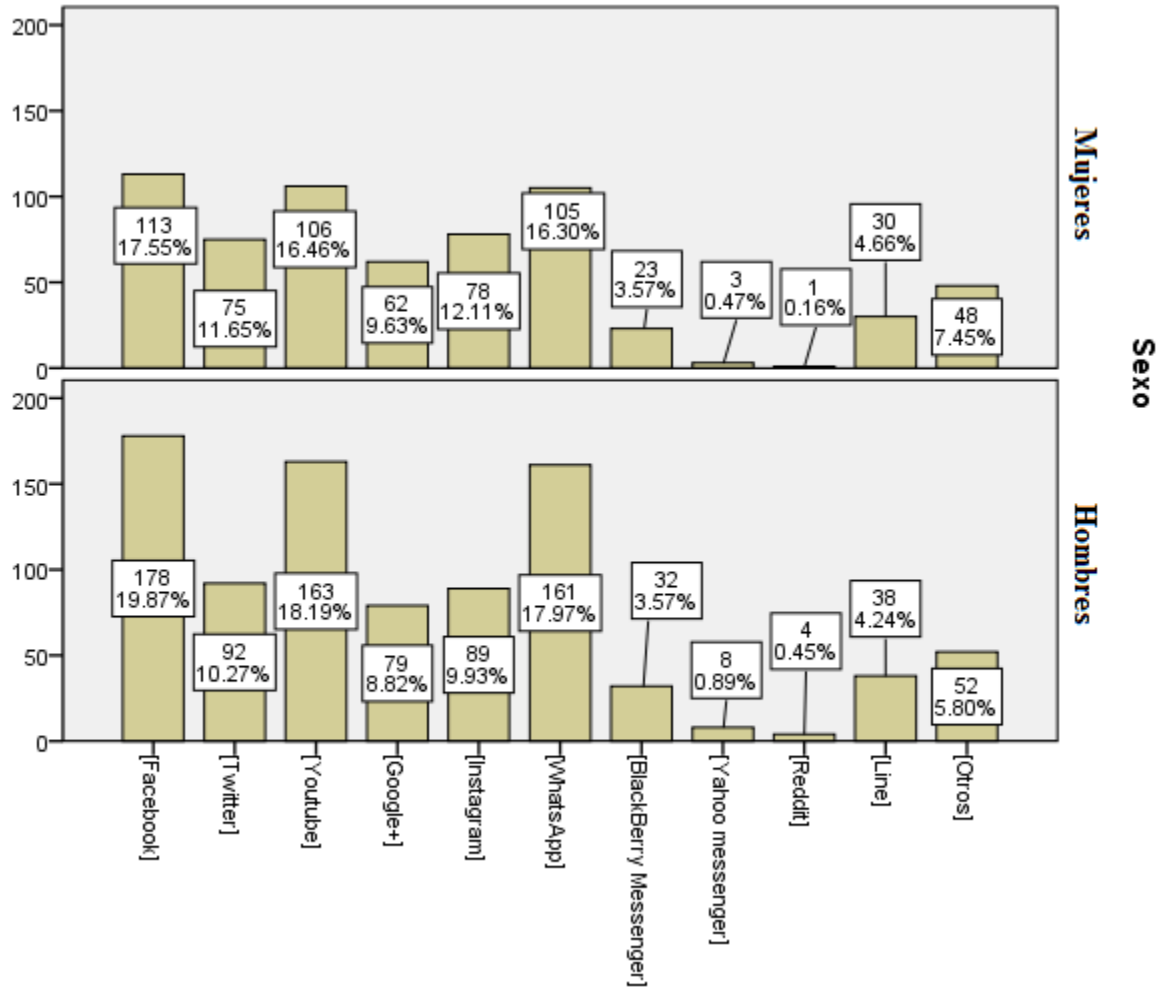


Figura 4.2.: Aplicaciones para interactuar en las Redes Sociales por Sexo

4.3 Uso de las Redes Sociales para la expresión de las Dimensiones del Desarrollo Humano

Esta variable multidimensional se descompone en diferentes variables unidimensionales, cuantificables a través de escalas tipo Likert, desde los planteamientos de ACODESI (2013). Las variables unidimensionales son el Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Ética, Espiritual, Cognitiva, Afectiva, Comunicativa, Estética, Corporal y Sociopolítica. Cada variable unidimensional representa un indicador que se calcula como el resultado de calificar las diferentes categorías del cuestionario. El instrumento contiene 8 indicadores para cada aspecto dimensional en el uso de las redes sociales a través de escalas tipo Likert. La escala tipo Likert sistematiza la recolección de datos cuantitativos en una investigación. Es un tipo de escala aditiva

que corresponde a un nivel de medición ordinal; consiste en una serie de elementos expresado en forma de afirmaciones a los cuales se solicita la reacción del sujeto. A cada escala del ítem se le asigna un valor que llevará al sujeto a una puntuación total resultado de las puntuación de los diferentes elementos. Esta puntuación final indica la puntuación del sujeto y las manifestaciones dimensionales de su contexto en dicha escala (Maldonado, 2012; Hernández, 2002; García, 2002; ACODESI, 2013). Para sistematizar el análisis, la puntuación final se ha transformado y estandarizado en una escala de 1 a 5 para representar el nivel de manifestación de las diferentes dimensiones en el Uso de las Redes Sociales. Un punteo alto, en los diferentes indicadores, representa una mayor manifestación dimensional en el contexto socio-tecnológico-cultural (para mayor referencia del contexto puede consultar la Sección 1.3). En el Cuadro 4.5 se expresan las escalas estandarizadas.

Cuadro 4.5.: *Escala de puntuaciones dimensionales*

Puntuación	Nomenclatura
1	Bajo
1.5	Bajo - Perceptible
2	Perceptible
2.5	Perceptible-Moderado
3	Moderado
3.5	Moderado-Sobresaliente
4	Sobresaliente
4.5	Sobresaliente-Intenso
5	Intenso

Los indicadores de las diferentes variables unidimensionales contemplan en su cuantificación ítems respecto a emisión la dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional. Los ítems de emisión representan interacciones entre el sujeto y los diferentes actores de sus redes sociales (contemplando el carácter de la interacción de lo individual a lo social). De forma inversa, los ítems de recepción reflejan la interacción del grupo (de sus redes sociales) hacia el sujeto (contemplando el carácter de la interacción de lo social a lo individual). Los ítems de autopercepción dimensional representan una conjugación inseparable en la interacción del sujeto que puede o no categorizarse como emisión o recepción dimensional. El valor final de los diferentes

indicadores unidimensionales consolida la manifestación y asimilación dimensional como un todo indivisible al interactuar en las Redes Sociales (interacción individual-social y viceversa) y su inmersión en el contexto socio-tecnológico-cultural.

De manera general los indicadores dimensionales, cuantificados a través de escalas tipo Likert, expresan diferentes niveles de manifestación dimensional (ver Cuadro 4.6). Observando los valores estadísticos se encuentran diferentes valores superiores a “1”. Una primera interpretación, respecto a lo anterior, es que se observa que los estudiantes durante su inmersión en el contexto de estudio se encuentra en diferentes interacciones y asimilación de cada dimensión ya sea por emisión, recepción o de cualquier otro tipo. En el medio usualmente se piensa solo en la manifestación exclusiva de la Dimensión Comunicativa al interactuar en las Redes Sociales; si esto fuera cierto las estadísticas del Cuadro 4.6 hubiese reflejado valores estadísticos mayores a 1 respecto a este indicador, y los otros indicadores tendrían fijos el valor 1 en sus parámetros y desviación típica igual a 0. Por lo anterior se encuentra que en las Redes Sociales al interactuar con los demás no solo interactúa la Dimensión Comunicativa sino todo un conjunto dimensiones.

En general se observa que las diferentes manifestaciones de cada variable unidimensional en el Uso de Redes Sociales posee una media entre nivel 2 y 3, lo cual se puede categorizar como manifestaciones dimensionales que oscilan entre perceptible y moderado; sin embargo, la desviación típica indica que ciertos participantes se pueden encontrar en un rango que se aproxima a manifestación nivel 1 considerado bajo hasta una manifestación nivel 4 considerado sobresaliente (ver Cuadro 4.6).

La manifestación dimensional en el Uso de Redes Sociales que más sobresalen son la Dimensión Comunicativa y la Dimensión Cognitiva cuyas medias representan un nivel mayor a 3; sin embargo, la desviación típica de ambas (0.75862 y 0.78499 respectivamente) expresa que la manifestación de cierto grupo puede bajar a nivel 2 (perceptible) o subir hasta un nivel 4 (sobresaliente). Debe notarse que la manifestación dimensional en el Uso de Redes Sociales de la Dimensión Espiritual posee la mayor desviación típica (0.88450) lo que indica una heterogeneidad mayor de las manifestaciones comparado con las otras dimensiones.

Cuadro 4.6.: *Estadístico descriptivo dimensional*

	N	Mín.	Máx.	Mediana	Moda	Media	Desv. típ
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Corporal	298	1	4.17	2.3333	2.50	2.2925	0.7363
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva	298	1	4.83	2.8333	3.00	2.7584	0.7231
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Estética	298	1	4.33	2.5000	2.67	2.4620	0.6732
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual	298	1	5.00	2.3333	2.17	2.4497	0.8845
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Ética	298	1	4.60	2.1000	1.80	2.1987	0.6976
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica	298	1	5.00	2.4000	2.20	2.4121	0.7985
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa	298	1	4.83	3.5000	3.67	3.3993	0.7586
Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva	298	1	5.00	3.1667	3.17	3.1286	0.7849

Los participantes reflejan diferentes niveles de manifestación en el Uso de las Redes Sociales en cada una de sus dimensiones. Debe notarse que La Dimensión Ética con media 2.1987 y desviación típica de 0.69766 representa en uno de sus extremos el menor nivel de manifestación comparado con las otras dimensiones (ver Figura 4.3 y 4.4). Además, debe destacarse que en el Uso de las Redes Sociales, la manifestación de La Dimensión Comunicativa sobresale de manera especial con una media de 3.40 y desviación típica de 0.75862 reflejando manifestaciones desde perceptibles (nivel 2) hasta sobresaliente (nivel 4); por su parte La Dimensión Cognitiva expresa un valor importante con una media 3.1286 y desviación típica 0.78499 reflejando manifestaciones respecto a la potencialidad intelectual de los participantes.

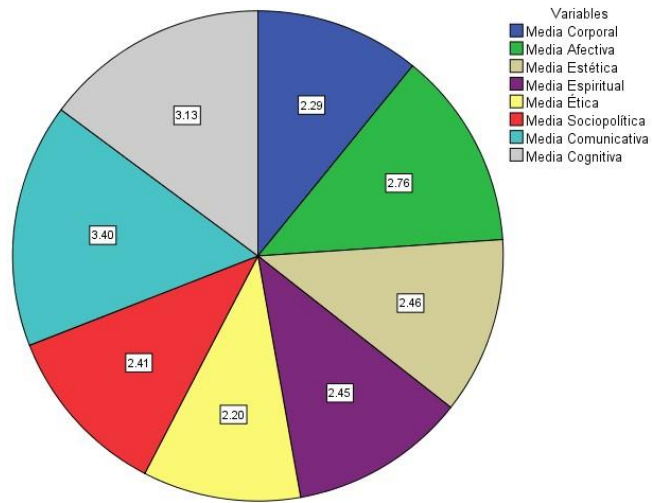


Figura 4.3.: Representación multidimensional de medias unidimensionales

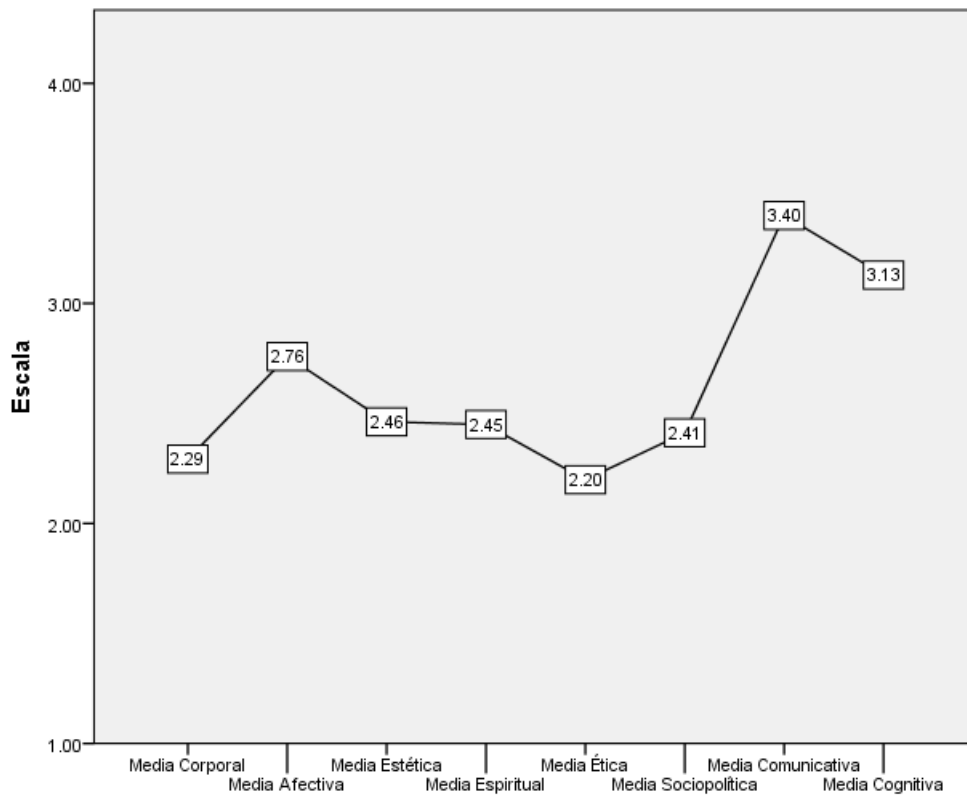


Figura 4.4.: Comparación de medias unidimensionales

Algunas interpretaciones específicas de los indicadores son:

La Dimensión Comunicativa con una media de 3.40 y desviación típica de 0.75862 indica que dicha manifestación no siempre es la prioridad intencionada de los sujetos de estudio al interactuar en las Redes Sociales. Si la prioridad fuera esta dimensión, la media sería 5 y la desviación típica 0. Lo anterior puede haberse debido a la necesidad de manifestar otras dimensiones por parte de los alumnos, o por las limitantes del presente instrumento, ya que este no contempla las posibilidades infinitas del actuar humano y sus intenciones.

La Dimensión Cognitiva con una media 3.1286 y desviación típica 0.78499 indica que se desarrollan procesos de aprendizaje, intencionado o no, al interactuar en las Redes Sociales. Si la media fuera 1 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría que no se desarrollan procesos de aprendizaje en este contexto de estudio.

La Dimensión Ética con media 2.1987 y desviación típica de 0.69766 indica la presencia de valores que rigen las acciones al interactuar en las Redes Sociales. Estas métricas representan niveles bajos, aunque esto tiene sentido por la horizontalidad de las comunicaciones al interactuar en las Redes Sociales en el contexto de la cultura digital, donde no existe un esquema vertical de autoridad que regule las acciones. Si la media fuera 1 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría la ausencia de valores que rigen las acciones al interactuar en las Redes Sociales.

La Dimensión Espiritual con media 2.4497 y desviación típica de 0.8845 indica la expresión de dinámicas relacionadas con la religión al interactuar en las Redes Sociales. Estos valores representan niveles bajos y expresan que la mayoría de participantes no manifiestan elementos relacionados con Dios o con la Biblia. Si la media fuera 1 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría ausencia de manifestaciones relacionados con la religión al interactuar en las Redes Sociales. Si la media fuera 5 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría que de manera cotidiana sus prácticas religiosas se desarrollan en las Redes Sociales en el contexto de la cultura digital. Debe notarse la existencia de limitantes del instrumento para indagar todas las posibilidades de prácticas religiosas que se dan en las Redes Sociales.

La Dimensión Afectiva con media 2.7584 y desviación típica de 0.7231 indica la presencia

de expresión de sentimientos y emociones al interactuar en las Redes Sociales. Los presentes valores indican cierta apertura en el contexto de los sujetos de estudio para expresar lo que sienten. De manera complementaria, este indicador refleja la reserva de los individuos para expresar sus emociones en el contexto de estudio. Si la media fuera 1 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría ausencia de expresión de sentimientos y emociones al interactuar en las Redes Sociales. Si la media fuera 5 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría que se expresan las emociones y sentimientos sin reservas y de forma abierta al interactuar en las Redes Sociales.

La Dimensión Estética con media 2.4620 y desviación típica de 0.6732 indica el nivel de descubrimiento y apreciación de belleza al interactuar en las Redes Sociales. Las métricas de esta dimensión, expresan cierto nivel de descubrimiento y valoración de belleza al interactuar en las Redes Sociales. Si la media fuera 1 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría la no percepción y no valoración de belleza al interactuar en las Redes Sociales. Si la media fuera 5 y la desviación típica fuera 0, entonces se puede indagar que se descubre mucha belleza y se valora de igual manera al interactuar en las Redes Sociales.

La Dimensión Corporal con media 2.2925 y desviación típica de 0.7363 indica el nivel de manifestación en la cual los diferentes actores en las Redes Sociales se manifiestan con su cuerpo, desde su cuerpo y son presencia material para los otros. Los valores de este indicador son relativamente bajos, aunque lo anterior tiene sentido ya que de manera intencionada no es el fin primario que persiguen las personas al interactuar en las Redes Sociales. Si la media fuera 1 y la desviación típica fuera 0, entonces se interpretaría que las personas no perciben la presencia de los otros y no intentan transmitir el suyo propio; sin embargo, las prácticas como los selfies limitan el escenario de estos posibles valores.

La Dimensión Sociopolítica con media 2.4121 y desviación típica 0.7985 indica el nivel de interacción en las Redes Sociales para vivir “entre” y “con” otros; de tal manera que las personas pueden transformarse y transformar el entorno en el que se encuentran inmersos. Las métricas de esta dimensión se encuentran en un valor esperado ya que expresan pocas coincidencias del trabajo en comunidad al interactuar en las Redes Sociales. Si la media fuera 1 y la desviación típica fuera

0, entonces existe nula interacción al interactuar en las Redes Sociales con la intencionalidad de resolver problemas comunes o desarrollar un objetivo común. La situación opuesta sería con una media 5 y desviación típica 0.

En los próximos apartados se indaga con mayor profundidad el análisis de cada dimensión combinándolo con otras variables demográficas y contextualizando en mayor detalle el análisis de ítems del instrumento.

4.3.1 Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Corporal

El uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Corporal se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales, en el cual las personas como seres corpóreos se manifiestan con su cuerpo y desde su cuerpo, son presencia para el otro y participan en procesos de formación y de desarrollo físico y motriz (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El análisis de esta dimensión se aborda primero desde un enfoque “micro” analizándose los datos obtenidos de los diferentes ítem que conforma el indicador y luego un aspecto “macro” donde se aborda el indicador como el resultado de la cuantificación de las diferentes variables que representan el constructo.

El indicador de la Dimensión Corporal contempla en su cuantificación ítems respecto a emisión dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional. Los ítems de emisión representan interacciones entre el sujeto y los diferentes actores de sus redes sociales (contemplando el carácter de la interacción de lo individual a lo social). De forma inversa, los ítems de recepción reflejan la interacción del grupo (de sus redes sociales) hacia el sujeto (contemplando el carácter de la interacción de lo social a lo individual). Los ítems de autopercepción dimensional representan una conjugación inseparable en la interacción del sujeto que puede o no categorizarse como emisión o recepción dimensional. El valor final del indicador consolida la manifestación y asimilación dimensional del entorno como un todo indivisible (interacción individual-social y viceversa) debido a la inmersión de los sujetos de estudio en el contexto socio-tecno-cultural y su interacción en las

Redes Sociales.

Analizando los ítems por emisión y la comparación entre ellos se encuentra que la interacción que más se manifiesta al interactuar en las Redes Sociales es el ítem “6. Publico fotos o videos de mi persona para que muestren mi identidad o presencia en las Redes Sociales” donde la mayoría de los sujetos de estudio (representado por la moda) expresa que lo hace “a veces” (ver Cuadro 4.7 y 4.8). El 54.4% de los sujetos de estudio indica que desarrolla esta expresión dimensional “siempre”, “casi siempre” o “a veces” (ver Cuadro 4.7). Además, se encontró que el 47.7% “nunca” o “casi nunca” desarrollan este tipo de actividades.

Cuadro 4.7.: Frecuencias de manifestación de la Dimensión Corporal por emisión

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
6. Publico fotos o videos de mi persona para que muestren mi identidad o presencia en las Redes Sociales	41 13.8%	101 33.9%	122 40.9%	24 8.1%	10 3.4%	Emisión de expresión dimensional
	N= 298					
15. Animo a mis amigos (o contactos) en las Redes Sociales por medio de mensajes, fotos o vídeos para que fortalezcan su condición física.	118 39.9%	84 28.4%	57 19.3%	26 8.8%	11 3.7%	Emisión de expresión dimensional
	N= 296					
46. Comparto en las Redes Sociales mis actividades de competición física, deportivas o acondicionamiento físico.	128 43.2%	73 24.7%	67 22.6%	14 4.7%	14 4.7%	Emisión de expresión dimensional
	N=296					

El ítem “15. Animo a mis amigos (o contactos) en las Redes Sociales por medio de mensajes, fotos o vídeos para que fortalezcan su condición física” indica baja interacción por emisión con respecto a la manifestación dimensional planteada ya que la mayoría (representado por la moda) expresa que “nunca” lo hace; sin embargo, el 31.8% expresa que “siempre”, “casi siempre” o “a

veces” anima de esta forma puntual respecto al desarrollo de la Dimensión Corporal. De lo anterior se puede validar las interacciones que desarrollan los sujetos hacia el grupo de las Redes Sociales (interacción de lo individual a lo social) para manifestar la Dimensión Corporal.

Cuadro 4.8.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Corporal por emisión*

Ítem	N	Mín.	Máx.	Mediana	Moda	Media	Desv. típ
6. Publico fotos o videos de mi persona para que muestren mi identidad o presencia en las Redes Sociales	298	1	5	3	3	2.5335	0.9431
15. Animo a mis amigos (o contactos) en las Redes Sociales por medio de mensajes, fotos o vídeos para que fortalezcan su condición física.	296	1	5	2	1	2.0810	1.1290
46. Comparto en las Redes Sociales mis actividades de competición física, deportivas o acondicionamiento físico.	296	1	5	2	1	2.0304	1.1300

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo el ítem “49. Me siento influenciado(a) a desarrollar una actividad física o deportiva cuando mis contactos comparten en las Redes Sociales sus logros en este tipo de actividades” donde la mayoría, representado por el 35.7% (validado por la moda), expresa que “a veces” cierta influencia al respecto (ver Cuadro 4.10 y 4.9). En promedio los sujetos de estudio expresan que “casi nunca” se sienten influenciados respecto a su Dimensión Corporal desde la especificidad del planteamiento del ítem anterior, aunque la desviación típica indica un menor grado de acuerdo al respecto. De forma complementaria, el 51.2% expresa “nunca” o “casi nunca” ha percibido cierta influencia al respecto. De los datos estadísticos encontrados se puede validar las interacciones desde los otros hacia el sujeto en las Redes Sociales (interacción de lo social a lo individual) con respecto a la Dimensión Corporal.

Cuadro 4.9.: Frecuencias de manifestación de la Dimensión Corporal por recepción

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
21. Sigo en las Redes Sociales las actividades de un(a) deportista o modelo fisicoculturista para que me inspire a fortalecer mi condición física.	113 37.9%	59 19.8%	55 18.5%	36 12.1%	35 11.7%	Recepción de expresión dimensional
N=298						
49. Me siento influenciado(a) a desarrollar una actividad física o deportiva cuando mis contactos comparten en las Redes Sociales sus logros en este tipo de actividades.	78 26.3%	74 24.9%	106 35.7%	22 7.4%	17 5.7%	Recepción de expresión dimensional
N=297						

Cuadro 4.10.: Ítems de manifestación de la Dimensión Corporal por recepción

Ítem	N	Mín.	Máx.	Mediana	Moda	Media	Desv. típ
21. Sigo en las Redes Sociales las actividades de un(a) deportista o modelo fisicoculturista para que me inspire a fortalecer mi condición física.	298	1	5	2	1	2.3993	1.3968
49. Me siento influenciado(a) a desarrollar una actividad física o deportiva cuando mis contactos comparten en las Redes Sociales sus logros en este tipo de actividades.	297	1	5	2	3	2.4141	1.1241

De forma general el 37.7% de los sujetos de estudio expresan que “Poco” “Ha influido el ambiente que se vive en las Redes Sociales (amigos, familiares u otros contactos) para estimular directa o indirectamente el desarrollo de mi condición física”. Un 10.4% expresa “Mucho” o “Casi mucho” (ver Cuadro 4.12 y 4.11). De lo anterior se encuentra el hallazgo que en alguna medida la

interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo de la Dimensión Corporal.

Cuadro 4.11.: *Frecuencias de manifestación de la Dimensión Corporal por autopercepción*

	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
10. Ha influido el ambiente que se vive en las Redes Sociales (amigos, familiares u otros contactos) para estimular directa o indirectamente el desarrollo de mi condición física.	84 28.3%	70 23.6%	112 37.7%	20 6.7%	11 3.7%	Auto-percepción dimensional
N= 297						

Cuadro 4.12.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Corporal por autopercepción*

Ítem	N	Mín.	Máx.	Mediana	Moda	Media	Desv. típ
10. Ha influido el ambiente que se vive en las Redes Sociales (amigos, familiares u otros contactos) para estimular directa o indirectamente el desarrollo de mi condición física.	297	1	5	2	3	2.3400	1.0727

Desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Corporal del entorno de los sujetos de estudio presenta mayoritariamente un nivel dimensional “bajo” (48.65%); sin embargo, se tiene un 44.97% de nivel “medio” (ver Cuadro 4.13). Además, una minoría (6.38%) presenta un nivel alto de la presente dimensión. El histograma de la Figura 4.5 muestra en detalle la distribución de frecuencia de las puntuaciones de la Dimensión Corporal.

Cuadro 4.13.: *Frecuencia consolidada de nivel de manifestación de la Dimensión Corporal*

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	145	48.65%
2.34 - 3.66	Medio	134	44.97%
3.66 - 5	Alto	19	6.38%
	Total	298	100%

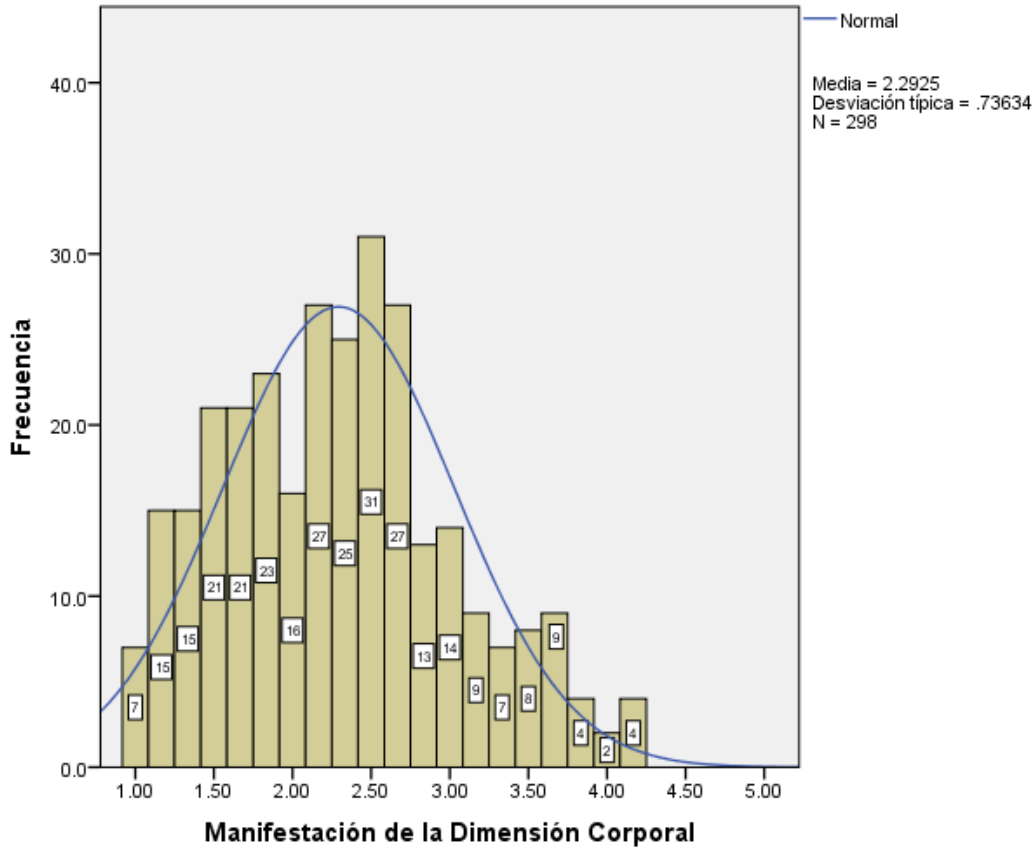


Figura 4.5.: Histograma de manifestación de la Dimensión Corporal

La manifestación de la Dimensión Corporal en El Uso de las Redes Sociales disgregado por sexo indica una manifestación muy cercana entre mujeres y hombres, con una media de 2.32 y 2.2 y una desviación típica de 0.78 y 0.71 respectivamente (ver Cuadro 4.14). La mayoría de las mujeres de los sujetos de estudio (47.9%) expresan un nivel dimensional “medio”; los hombres expresan mayoritariamente un nivel dimensional “bajo” representado por un 50.8% (ver Cuadro 4.15).

Cuadro 4.14.: Manifestación de la Dimensión Corporal por sexo

Dimensión	Sexo									
	Mujeres					Hombres				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Corporal	117	2.32	0.78	2.50	2.33	181	2.27	0.71	1.83	2.17

Cuadro 4.15.: *Frecuencia consolidado de Manifestación Corporal por sexo*

Puntuación	Nivel Dimensional	Mujeres	Hombres	Total
1 - 2.33	Bajo	53 45.3%	92 50.8%	145 48.7%
2.34 - 3.66	Medio	56 47.9%	78 43.1%	134 45.0%
3.67 - 5	Alto	8 6.8%	11 6.1%	19 6.4%
	Total	117	181	298

La manifestación de la Dimensión Corporal en El Uso de las Redes Sociales agrupado por carrera se observa que Arquitectura de manera mayoritaria presenta un nivel dimensional “medio”, Licenciatura en Ciencias de la Computación presenta un nivel “bajo”, Ingeniería Civil nivel “bajo”, Ingeniería Eléctrica nivel “medio”, Ingeniería Mecánica nivel “medio”, Ingeniería Industrial nivel “bajo” e Ingeniería Química nivel “bajo” (ver Cuadro 4.16).

Cuadro 4.16.: *Frecuencia consolidado de manifestación de la Dimensión Corporal por carrera*

Carrera	Frecuencias			
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	Total
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	14 9.7%	19 14.2%	0 0%	33 11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	17 11.7%	11 8.2%	1 5.3%	29 9.7%
Ingeniería Civil	19 13.1%	15 11.2%	1 5.3%	35 11.7%
Ingeniería Eléctrica	8 5.5%	13 9.7%	2 10.5%	23 7.7%
Ingeniería Mecánica	11 7.6%	13 9.7%	2 10.5%	26 8.7%
Ingeniería Industrial	55 37.9%	47 35.1%	11 57.9%	113 37.9%
Ingeniería Química	21 14.5%	16 11.9%	2 10.5%	39 13.1%
Total	145 100%	134 100%	19 100%	298 100%

Cuadro 4.17.: *Manifestación de la Dimensión Corporal por carrera*

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	2.35	0.56	2.50	2.50
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	2.05	0.58	1.67	1.67
Ingeniería Civil	35	2.15	0.75	2.67	2.17
Ingeniería Eléctrica	23	2.48	0.63	2.33	2.33
Ingeniería Mecánica	26	2.35	0.79	2.33	2.33
Ingeniería Industrial	113	2.34	0.79	2.17	2.33
Ingeniería Química	39	2.27	0.81	1.50	2.17

Las edades donde se concentró la mayor manifestación de la Dimensión Corporal en El Uso de las Redes Sociales se encuentra entre los 17 y 19 años (ver Cuadro 4.19). A los 17 y 18 se observa de manera mayoritaria un nivel dimensional “bajo”. A los 19 el nivel dimensional es “medio” (ver Cuadro 4.18).

Cuadro 4.18.: *Frecuencia consolidada de manifestación de la Dimensión Corporal por edad*

Edad	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
Puntuación	Bajo	Medio	Alto	
14-16 años	3 2.1%	0 0%	1 5.3%	4 1.3%
17 años	42 29.0%	35 26.1%	4 21.1%	81 27.2%
18 años	68 46.9%	54 40.3%	9 47.4%	131 44.0%
19 años	27 18.6%	31 23.1%	5 26.3%	63 21.1%
20-34 años	5 3.4%	14 10.4%	0 0%	19 6.4%
Total	145 100%	134 100%	19 100%	298 100%

Cuadro 4.19.: *Manifestación de la Dimensión Corporal por edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	1.17	0.0	1.17	1.17
15	1	3.67	0.0	3.67	3.67
16	2	1.25	0.12	1.17	1.25
17	81	2.26	0.70	2.17	2.17
18	131	2.24	0.75	2.33	2.17
19	63	2.43	0.76	2.17	2.50
20	7	2.71	0.49	2.83	2.83
21	5	2.33	0.57	1.50	2.33
22	4	2.63	0.16	2.50	2.58
23	1	1.83	0.0	1.83	1.83
24	1	2.67	0.0	2.67	2.67
34	1	1.67	0.0	1.67	1.67

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo de la Dimensión Corporal en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno es “bajo” para casi la mitad del grupo, y “medio” para la otra mitad.

4.3.2 Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva se entiende como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para relacionarse con los demás y consigo mismo; de expresar sus sentimientos, emociones y sexualidad, con miras a desarrollarse como ser social (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El análisis de esta dimensión se aborda primero desde un enfoque “micro” analizándose los datos obtenidos de los diferentes ítem que conforma el indicador y luego un aspecto “macro” donde se aborda el indicador como el resultado de la cuantificación de las diferentes variables que representan el constructo.

El indicador de la Dimensión Afectiva contempla en su cuantificación ítems respecto a emisión dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional. Los ítems de emisión

representan interacciones entre el sujeto y los diferentes actores de sus redes sociales (contemplando el carácter de la interacción de lo individual a lo social). De forma inversa, los ítems de recepción reflejan la interacción del grupo (de sus redes sociales) hacia el sujeto (contemplando el carácter de la interacción de lo social a lo individual). Los ítems de autopercepción dimensional representan una conjugación inseparable en la interacción del sujeto que puede o no categorizarse como emisión o recepción dimensional. El valor final del indicador consolida la manifestación y asimilación dimensional del entorno como un todo indivisible (interacción individual-social y viceversa) debido a la inmersión de los sujetos de estudio en el contexto socio-tecnológico-cultural y su interacción en las Redes Sociales.

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo el ítem “17. Percibo el estado de ánimo de otras personas en base a los contenidos que comparten en las Redes Sociales” donde el 86.6% expresa “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.20). Lo anterior evidencia la interacción desde los otros hacia el sujeto en las Redes Sociales (interacción de lo social a lo individual) con respecto a la Dimensión Afectiva.

Cuadro 4.20.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Afectiva por recepción*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
17. Percibo el estado de ánimo de otras personas en base a los contenidos que comparten en las Redes Sociales.	18 6.0%	22 7.4%	79 26.5%	109 36.6%	70 23.5%	Recepción de expresión dimensional
	N= 298					
43. Me confortan los mensajes de reflexión que publican mis amigos o contactos en las Redes Sociales.	50 16.8%	76 25.6%	117 39.4%	36 12.1%	18 6.1%	Recepción de expresión dimensional
	N= 297					

Analizando los ítems por emisión y la comparación entre ellos se encuentra que la interacción que más se manifiesta al interactuar en las Redes Sociales es el ítem “47. Felicito en las Redes Sociales a mis amigos, familiares o contactos cuando cumplen años” donde el 80.7% de los sujetos de estudio expresan que lo hacen “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.21). Además, se encontró que el 19.3% “nunca” o “casi nunca” desarrollan este tipo de actividades. El ítem “29. Expreso contenido (texto, audio, video) que refleja mi enojo, molestia u odio en las Redes Sociales” indica baja interacción por emisión con respecto a la manifestación dimensional planteada, ya que el 80.1% expresa “nunca” o “casi nunca” lo hace. En contraste, el 45.7% expresa su alegría o felicidad en las Redes Sociales (ver ítem 36 en el Cuadro 4.21). De lo anterior se deduce que existe una tendencia de mayor manifestación afectiva por emisión (interacción de lo individual a lo social) respecto a emociones o sentimientos positivos.

Cuadro 4.21.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Afectiva por emisión*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
29. Expreso contenido (texto, audio, video) que refleja mi enojo, molestia u odio en las Redes Sociales.	159 53.5%	79 26.6%	45 15.2%	11 3.7%	3 1.0%	Emisión de expresión dimensional
N=297						
36. Expreso mi alegría o felicidad en las Redes Sociales.	81 27.5%	79 26.8%	85 28.8%	34 11.5%	16 5.4%	Emisión de expresión dimensional
N= 295						
47. Felicito en las Redes Sociales a mis amigos, familiares o contactos cuando cumplen años.	23 7.8%	34 11.5%	96 32.4%	84 28.4%	59 19.9%	Emisión de expresión dimensional
N= 296						

De forma general el 30.2% de los sujetos de estudio expresan “un poco de acuerdo” o

“totalmente de acuerdo” que las Redes Sociales les permiten expresar sus sentimientos y emociones. El 27.5% expresan “ni en acuerdo ni en desacuerdo” (ver Cuadro 4.22). De lo anterior se deduce que en alguna medida las Redes Sociales permiten expresar los sentimientos y las emociones, y por lo tanto estimular la Dimensión Afectiva.

Cuadro 4.22.: *Frecuencias de manifestación de la Dimensión Afectiva por autopercepción*

	Totalmente en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
25. Las Redes Sociales me permiten expresar mis sentimientos y emociones.	58 19.5%	68 22.8%	82 27.5%	61 20.5%	29 9.7%	Auto-percepción dimensional
N= 298						

Desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Afectiva del entorno de los sujetos de estudio presenta mayoritariamente un nivel dimensional “medio” (64.1%), un 24.8% presenta un nivel “bajo” y minoritariamente un 11.1% presenta un nivel “alto” (ver Cuadro 4.23). El histograma de la Figura 4.6 muestra en detalle la distribución de frecuencia de las puntuaciones de la Dimensión Afectiva. En ella se observa una aproximación de la distribución normal de la Dimensión Afectiva del entorno al interactuar en las Redes Sociales.

Cuadro 4.23.: *Frecuencia consolidada de nivel de manifestación de la Dimensión Afectiva*

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	74	24.8%
2.34 - 3.66	Medio	191	64.1%
3.66 - 5	Alto	33	11.1%
	Total	298	100%

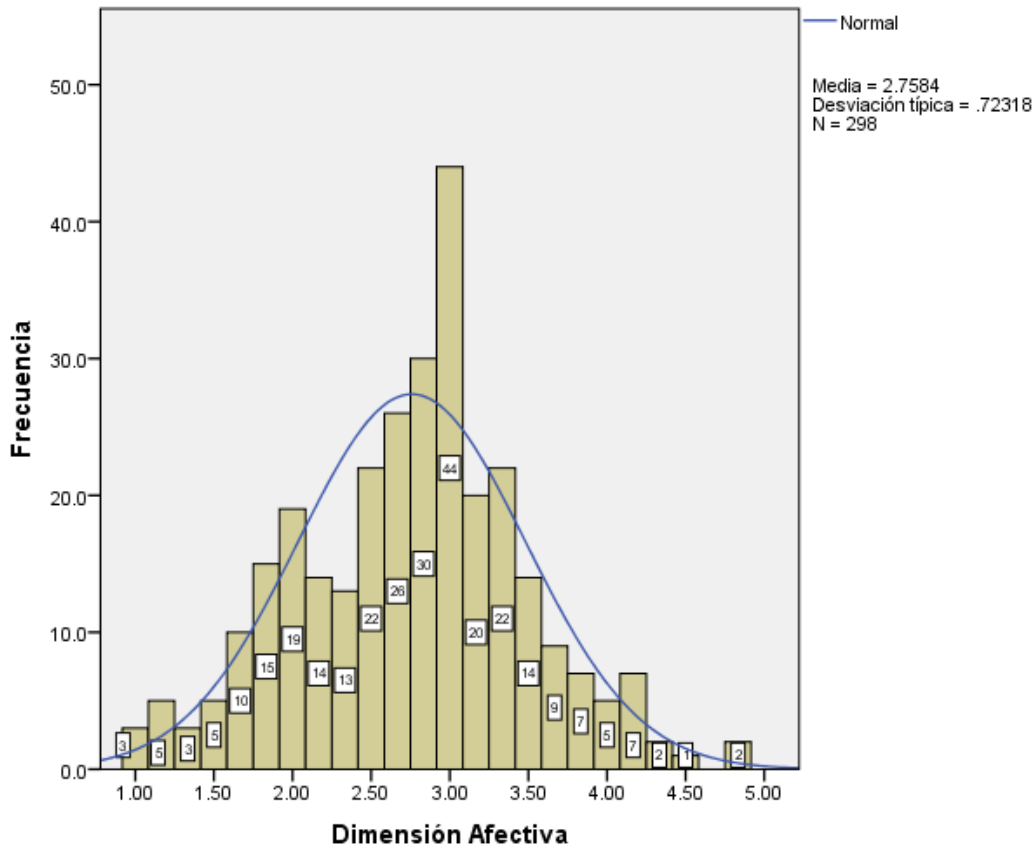


Figura 4.6.: Manifestación de la Dimensión Afectiva

La manifestación de la Dimensión Afectiva en El Uso de las Redes Sociales por sexo indica una media de 2.81 y desviación típica de 0.72 para mujeres, y una media de 2.72 y desviación típica de 0.72 para hombres (ver Cuadro 4.25). La mayoría de las mujeres (69.2%) y de los hombres (60.8%) expresan un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.24).

Cuadro 4.24.: Frecuencia de manifestación de la Dimensión Afectiva por sexo

Puntuación	Nivel Dimensional	Mujer	Hombre	Total
1 - 2.33	Bajo	25 21.4%	49 27.1%	74 24.8%
2.34 - 3.66	Medio	81 69.2%	110 60.8%	191 64.1%
3.67 - 5	Alto	11 9.4%	22 12.2%	33 11.1%
	Total	117 100%	181 100%	298 100%

Cuadro 4.25.: *Manifestación de la Dimensión Afectiva por sexo*

Dimensión	Sexo									
	Mujer					Hombre				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Afectiva	117	2.81	0.72	3.00	2.83	181	2.72	0.72	3.00	2.83

La manifestación de la Dimensión Afectiva en El Uso de las Redes Sociales agrupado por carrera se observa que todas las carreras de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura presentan de manera mayoritaria un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.26).

Cuadro 4.26.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Afectiva por carrera*

Carrera	Frecuencias			
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	Total
	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	8 10.8%	21 11.0%	4 12.1%	33 11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	7 9.5%	19 9.9%	3 9.1%	29 9.7%
Ingeniería Civil	10 13.5%	24 12.6%	1 3.0%	35 11.7%
Ingeniería Eléctrica	9 12.2%	11 5.8%	3 9.1%	23 7.7%
Ingeniería Mecánica	9 12.2%	11 5.8%	6 18.2%	26 8.7%
Ingeniería Industrial	22 29.7%	79 41.4%	12 36.4%	113 37.9%
Ingeniería Química	9 12.2%	26 13.6%	4 12.1%	39 13.1%
Total	74 100%	191 100%	33 100%	298 100%

Cuadro 4.27.: *Manifestación de la Dimensión Afectiva por carrera*

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	2.75	0.65	3.00	2.83
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	2.67	0.81	3.00	2.83
Ingeniería Civil	35	2.57	0.66	3.00	2.50
Ingeniería Eléctrica	23	2.67	0.73	2.00	2.67
Ingeniería Mecánica	26	2.75	0.89	2.83	2.83
Ingeniería Industrial	113	2.82	0.68	2.67	2.83
Ingeniería Química	39	2.86	0.78	3.00	3.00

El 92.28% de los participantes se encuentra entre los 17 y 19 años de edad. En estas edades, de manera mayoritaria el nivel dimensional es “medio” (ver Cuadro 4.28).

Cuadro 4.28.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Afectiva por edad*

Edad	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
Puntuación Nivel	Bajo	Medio	Alto	
14-16 años	1	3	0	4
	1.4%	1.6%	0%	1.3%
17	17	56	8	81
	23.0%	29.3%	24.2%	27.2%
18	33	82	16	131
	44.6%	42.9%	48.5%	44.0%
19	19	37	7	63
	25.7%	19.4%	21.2%	21.1%
20-34	4	13	2	19
	5.4%	6.8%	6.1%	6.4%
Total	74	191	33	298
	100%	100%	100%	100%

Cuadro 4.29.: *Manifestación de la Dimensión Afectiva por edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	1.67	0.0	1.67	1.67
15	1	3.17	0.0	3.17	3.17
16	2	3.25	0.12	3.17	3.25
17	81	2.78	0.63	2.83	2.83
18	131	2.75	0.78	3.00	2.83
19	63	2.74	0.75	3.17	2.83
20	7	2.64	0.68	2.17	2.33
21	5	3.00	0.61	2.50	3.00
22	4	2.96	0.48	3.00	3.00
23	1	2.33	0.0	2.33	2.33
24	1	3.67	0.0	3.67	3.67
34	1	2.00	0.0	2.00	2.00

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales permiten expresar los sentimientos y las emociones, y por lo tanto estimular la Dimensión Afectiva en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno de la mayoría de los sujetos de estudio es “medio”.

4.3.3 Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Estética

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Estética se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para interactuar con el mundo y consigo mismo desde su propia sensibilidad para apreciar la belleza y expresarla de diferentes maneras (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El indicador de la Dimensión Estética contempla en su cuantificación ítems respecto a emisión dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional.

Analizando los ítems por emisión dimensional y la comparación entre ellos se encuentra que la interacción que más se manifiesta al interactuar en las Redes Sociales es el ítem “24. Comparto contenido (texto, fotos o videos) en las Redes Sociales relacionados con las bellas artes (pintura,

escultura, arquitectura o música)” donde el 61.2% de los sujetos de estudio expresa que lo hace “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.30). El ítem “39. Comparto poesía en las Redes Sociales” indica baja interacción por emisión con respecto a la manifestación dimensional planteada, ya que el 73.1% expresa “nunca” o “casi nunca” lo hace. De lo anterior se deduce que existe variabilidad de la manifestación estética por emisión (interacción de lo individual a lo social) de manera situacional.

Cuadro 4.30.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Estética por emisión*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
20. Cambio formato a mis mensajes (color, tamaño, aspecto o apariencia) para que estos sean llamativos en las Redes Sociales.	174 58.6%	71 23.9%	33 11.1%	15 5.1%	4 1.3%	Emisión de expresión dimensional
	N= 297					
24. Comparto contenido (texto, fotos o videos) en las Redes Sociales relacionados con las bellas artes (pintura, escultura, arquitectura o música).	56 18.9%	59 19.9%	98 33.1%	42 14.2%	41 13.9%	Emisión de expresión dimensional
	N=296					
39. Comparto poesía en las Redes Sociales.	150 51.5%	63 21.6%	56 19.2%	12 4.1%	10 3.4%	Emisión de expresión dimensional
	N=291					

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo el ítem “30. Valoro aquellos contenidos en las Redes Sociales que comparten mis amigos (o contactos) relacionados con la decoración de casas, carros, jardín o de cualquier otro tipo de decoración” donde el 29.8% de los sujetos de estudio expresa “mucho” o “casi mucho” y el 35.6% expresa “nada” o “casi nada” (ver Cuadro 4.31). Lo anterior evidencia la interacción desde los otros hacia el sujeto en las Redes Sociales (interacción de lo social a lo individual) con respecto a

la Dimensión Estética.

Cuadro 4.31.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Estética por recepción*

	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
30. Valoro aquellos contenidos en las Redes Sociales que comparten mis amigos (o contactos) relacionados con la decoración de casas, carros, jardín o de cualquier otro tipo de decoración.	46 15.4%	61 20.5%	102 34.2%	54 18.1%	35 11.7%	Recepción de expresión dimensional
N=						
44. Disfruto en las Redes Sociales de aquellos contenidos relacionados con la mejora de la apariencia personal (ropa, zapatos, perfumes u otros similares).	56 18.9%	70 23.6%	105 35.5%	37 12.5%	28 9.5%	Recepción de expresión dimensional
N=296						

Desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Estética del entorno de los sujetos de estudio presenta mayoritariamente un nivel dimensional “medio” (58.72%). El 37.25% de los estudiantes presenta un nivel “bajo” (ver Cuadro 4.32). El histograma de la Figura 4.7 muestra en detalle la distribución de frecuencia de las puntuaciones de la Dimensión Estética.

Cuadro 4.32.: *Frecuencia consolidada de nivel de manifestación de la Dimensión Estética*

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	111	37.25%
2.34 - 3.66	Medio	175	58.72%
3.66 - 5	Alto	12	4.03%
	Total	298	100%

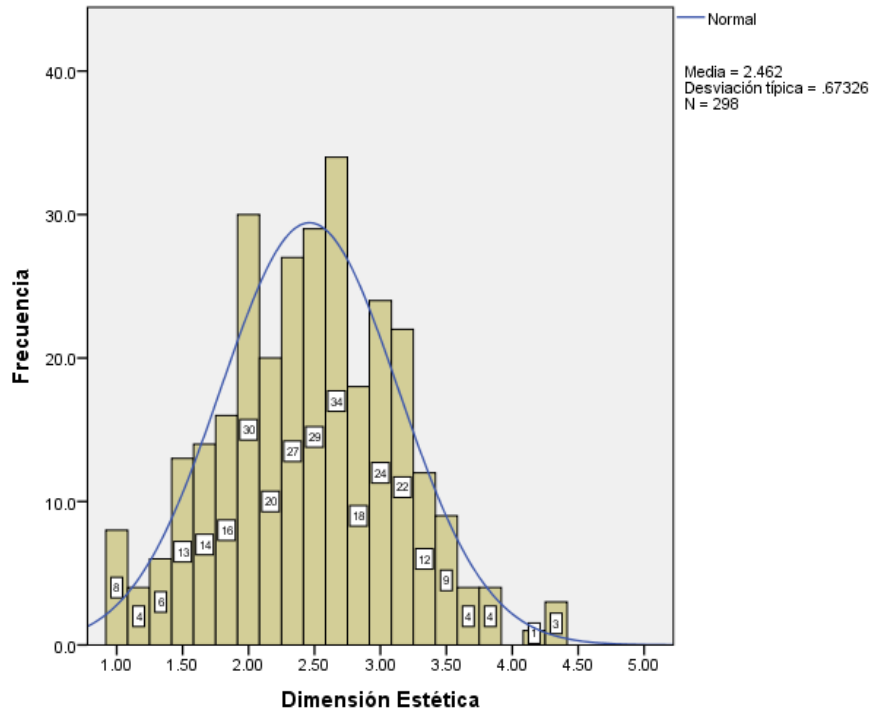


Figura 4.7.: Manifestación de la Dimensión Estética en El Uso de las Redes Sociales

De forma general el 33.7% de los sujetos de estudio expresan “un poco de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” que las Redes Sociales les permiten apreciar lo “chivo” de las cosas; en contraste el 33.0% expresa “totalmente en desacuerdo” o “un poco en desacuerdo” (ver Cuadro 4.33). De lo anterior se determina que en alguna medida las Redes Sociales estimulan la Dimensión Estética.

Cuadro 4.33.: Frecuencias de manifestación de la Dimensión Estética por autopercepción

	Totalmente en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
12. Las Redes Sociales me permiten apreciar lo ”chivo” (chido) de las cosas.	47 15.8%	51 17.2%	99 33.3%	86 29.0%	14 4.7%	Auto-percepción dimensional
N=297						

La manifestación de la Dimensión Estética en El Uso de las Redes Sociales por sexo indica una media de 2.59 y desviación típica de 0.66 para mujeres, y una media de 2.38 y desviación típica de 0.67 para hombres (ver Cuadro 4.34). La mayoría de las mujeres (65.8%) y de los hombres (54.1%) expresan un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.35). Debe notarse que un grupo importante de mujeres (28.2%) y hombres (43.1%) presenta un nivel dimensional “bajo”.

Cuadro 4.34.: *Manifestación de la Dimensión Estética por sexo*

Dimensión	Sexo									
	Mujer					Hombre				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Estética	117	2.59	0.66	2.67	2.67	181	2.38	0.67	2.00	2.33

Cuadro 4.35.: *Frecuencia de Dimensión Estética por sexo*

Puntuación	Nivel Dimensional	Mujer	Hombre	Total
1 - 2.33	Bajo	33 28.2%	78 43.1%	111 37.2%
2.34 - 3.66	Medio	77 65.8%	98 54.1%	175 58.7%
3.67 - 5	Alto	7 6.0%	5 2.8%	12 4.0%
	Total	117 100%	181 100%	298 100%

La manifestación de la Dimensión Estética en El Uso de las Redes Sociales agrupado por carrera expresa que Arquitectura de manera mayoritaria presenta un nivel dimensional “medio”, Licenciatura en Ciencias de la Computación presenta un nivel “medio”, Ingeniería Civil nivel “medio”, Ingeniería Eléctrica nivel “medio”, Ingeniería Mecánica nivel “medio”, Ingeniería Industrial nivel “medio” e Ingeniería Química nivel “medio” (ver Cuadro 4.36 y 4.37). Sin embargo, debe notarse que la carrera de Ingeniería Civil un grupo significativo (48.5%) presenta un nivel dimensional “bajo”.

Cuadro 4.36.: Frecuencia consolidada de manifestación de la Dimensión Estética por carrera

Carrera	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	5 4.5%	26 14.9%	2 16.7%	33 11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	9 8.1%	19 10.9%	1 8.3%	29 9.7%
Ingeniería Civil	16 14.4%	17 9.7%	2 16.7%	35 11.7%
Ingeniería Eléctrica	9 8.1%	14 8.0%	0 0%	23 7.7%
Ingeniería Mecánica	8 7.2%	17 9.7%	1 8.3%	26 8.7%
Ingeniería Industrial	50 45.0%	61 34.9%	2 16.7%	113 37.9%
Ingeniería Química	14 12.6%	21 12.0%	4 33.3%	39 13.1%
Total	111 100%	175 100%	12 100%	298 100%

Cuadro 4.37.: Manifestación de la Dimensión Estética en El Uso de las Redes Sociales por Carrera

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	2.84	0.54	2.67	2.83
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	2.46	0.71	2.33	2.50
Ingeniería Civil	35	2.33	0.74	2.67	2.33
Ingeniería Eléctrica	23	2.43	0.57	1.67	2.33
Ingeniería Mecánica	26	2.55	0.69	2.00	2.67
Ingeniería Industrial	113	2.37	0.65	2.17	2.33
Ingeniería Química	39	2.48	0.71	2.00	2.50

La manifestación de la Dimensión Estética en El Uso de las Redes Sociales disgregado por edad muestra que la mayoría de estudiantes a la edad de 17 años presenta un nivel dimensional “medio”, representado por el 61.73% del subgrupo; a los 18 años se encuentra un nivel “medio” (52.67% del subgrupo) y a los 19 años presenta un nivel “medio” (60.32%). Sin embargo, debe notarse que a la edad de 18 años un grupo significativo (44.27%) presenta un nivel dimensional “bajo” (ver Cuadro 4.38 y 4.39).

Cuadro 4.38.: *Manifestación de la Dimensión Estética por edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	1.50	0.0	1.50	1.50
15	1	2.50	0.0	2.50	2.50
16	2	2.92	0.12	2.83	2.92
17	81	2.42	0.64	2.33	2.50
18	131	2.41	0.70	2.00	2.50
19	63	2.59	0.72	2.33	2.50
20	7	2.71	0.55	3.33	2.67
21	5	2.67	0.42	2.67	2.67
22	4	2.50	0.24	2.67	2.58
23	1	3.00	0.0	3.00	3.00
24	1	2.50	0.0	2.50	2.50
34	1	1.67	0.0	1.67	1.67

Cuadro 4.39.: Frecuencia de manifestación de la Dimensión Estética por edad

Edad	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
Puntuación	Bajo	Medio	Alto	
14-16 años	1 0.9%	3 1.7%	0 0%	4 1.3%
17	29 26.1%	50 28.6%	2 16.7%	81 27.2%
18	58 52.3%	69 39.4%	4 33.3%	131 44.0%
19	19 17.1%	38 21.7%	6 50%	63 21.1%
20-34	4 3.6%	15 8.6%	0 0%	19 6.4%
Total	111 100%	175 100%	12 100%	298 100%

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimulan la Dimensión Estética en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno de la mayoría de los sujetos de estudio es “medio”. Además se encontró variabilidad de la manifestación estética por emisión (interacción de lo individual a lo social) de manera situacional.

4.3.4 Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para trascender su existencia, para contactarse con Dios y dar sentido a su propia vida (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El indicador de la Dimensión Espiritual contempla en su cuantificación ítems respecto a emisión dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional.

Analizando los ítems por emisión dimensional y la comparación entre ellos se encuentra que la interacción que más se manifiesta al interactuar en las Redes Sociales es el ítem “9. En las Redes Sociales respondo con comentarios o ”Like” cuando otra persona comparte una alabanza a Dios” donde el 58.2% de los sujetos de estudio expresa que lo hace “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.40). El ítem “23. Comparto en las Redes Sociales citas de la Biblia” indica baja interacción por emisión con respecto a la manifestación dimensional planteada, ya que el 72.0% expresa “nunca” o “casi nunca” lo hace. De lo anterior se puede validar las interacciones que desarrollan los sujetos hacia el grupo de las Redes Sociales (interacción de lo individual a lo social) para manifestar la Dimensión Espiritual.

Cuadro 4.40.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Espiritual por emisión*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
9. En las Redes Sociales respondo con comentarios o ”Like” cuando otra persona comparte una alabanza a Dios.	63 21.4%	60 20.4%	86 29.3%	61 20.7%	24 8.2%	Emisión de expresión dimensional
	N=294					
18. Comparto en las Redes Sociales reflexiones personales acerca de Dios.	95 32.2%	90 30.5%	82 27.8%	17 5.8%	11 3.7%	Emisión de expresión dimensional
	N=295					
23. Comparto en las Redes Sociales citas de la Biblia.	134 45.7%	77 26.3%	60 20.5%	9 3.1%	13 4.4%	Emisión de expresión dimensional
	N=293					

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo

el ítem “27. Recibo en las Redes Sociales contenido de tipo religioso” donde el 64.4% de los sujetos de estudio expresa “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.41). Lo anterior evidencia la interacción desde los otros hacia el sujeto en las Redes Sociales (interacción de lo social a lo individual) con respecto a la Dimensión Espiritual.

Cuadro 4.41.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Espiritual por recepción*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
27. Recibo en las Redes Sociales contenido de tipo religioso.	44 14.8%	62 20.8%	118 39.6%	52 17.4%	22 7.4%	Recepción de expresión dimensional
N=298						
35. Recibo fotos (o videos) en las Redes Sociales de las experiencias religiosas (retiros espirituales, campamentos u otros) de mis amigos o contactos.	55 18.5%	65 21.9%	97 32.7%	56 18.9%	24 8.1%	Recepción de expresión dimensional
N=297						
	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
31. La influencia de contenido, mensajes o actividades religiosas difundidas dentro de las Redes Sociales me ha permitido crecer espiritualmente.	91 30.6%	62 20.9%	101 34.0%	31 10.4%	12 4.0%	Recepción de expresión dimensional
N=297						

De forma general el 48.4% de los sujetos de estudio expresan “poco”, “casi mucho” o “mucho” que los mensajes encontrados en las Redes Sociales les ha permitido crecer espiritualmente; en contraste el 51.5% expresa “nada” o “casi nada” (ver ítem 31 en Cuadro 4.41).

De lo anterior se determina que en alguna medida las Redes Sociales estimulan la Dimensión Espiritual.

Desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Espiritual del entorno de los sujetos de estudio presenta mayoritariamente un nivel dimensional “bajo” (45.0%). El 44.6% de los estudiantes presenta un nivel “medio” y el 10.4% presenta un nivel “alto” (ver Cuadro 4.42). El histograma de la Figura 4.8 muestra en detalle la distribución de frecuencia de las puntuaciones de la Dimensión Espiritual.

Cuadro 4.42.: *Frecuencia consolidada de nivel de manifestación de la Dimensión Espiritual*

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	134	45.0%
2.34 - 3.66	Medio	133	44.6%
3.66 - 5	Alto	31	10.4%
	Total	298	100%

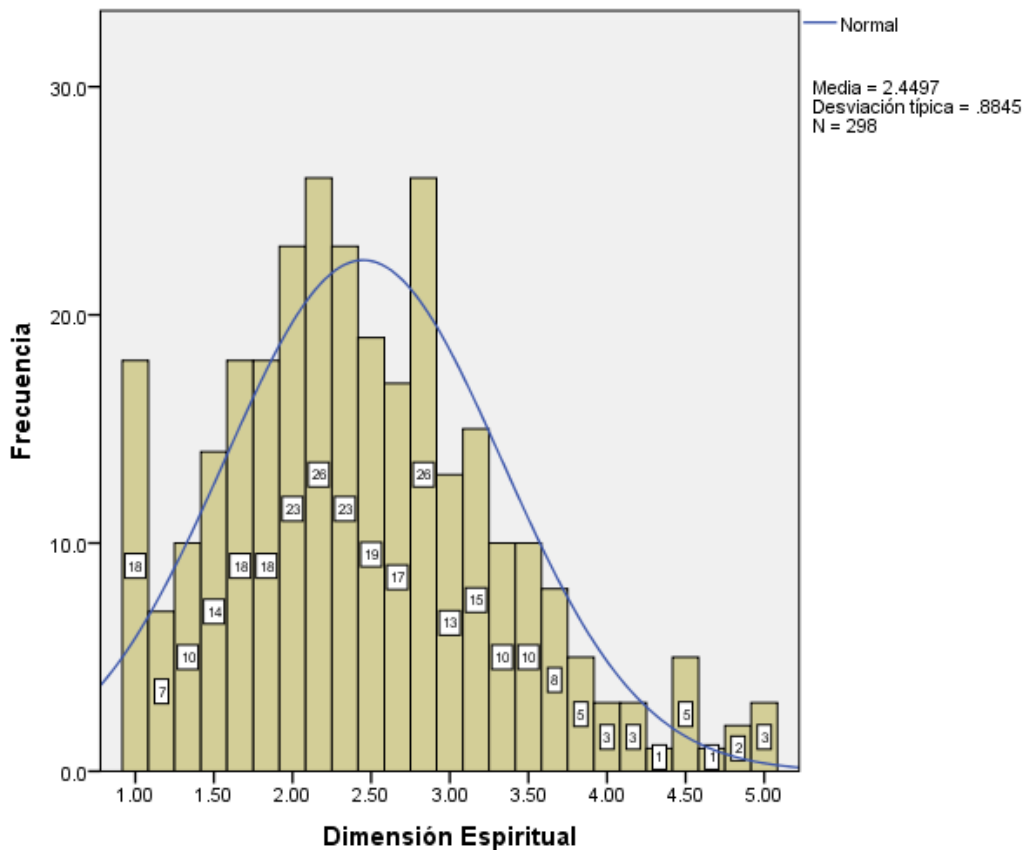


Figura 4.8.: Manifestación de la Dimensión Espiritual en El Uso de las Redes Sociales

La manifestación de la Dimensión Espiritual en El Uso de las Redes Sociales por sexo indica una media 2.58 y desviación típica de 0.93 para mujeres, y una media de 2.36 y desviación típica de 0.85 para hombres (ver Cuadro 4.43). La mayoría de mujeres (48.7%) presentan un nivel dimensional “medio”, la mayoría de hombres (48.6%) presentan un nivel dimensional “bajo” (ver Cuadro 4.44). Debe notarse que un grupo importante de mujeres (39.3%) y hombres (42.0%) presentan un nivel dimensional “bajo” y “medio” respectivamente.

Cuadro 4.43.: *Manifestación de la Dimensión Espiritual por sexo*

Dimensión	Sexo									
	Mujeres					Hombres				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Espiritual	117	2.58	0.93	2.33	2.50	181	2.36	0.85	2.17	2.33

Cuadro 4.44.: *Frecuencia de la Dimensión Espiritual por sexo*

Puntuación	Nivel Dimensional	Mujer	Hombre	Total
1 - 2.33	Bajo	46 39.3%	88 48.6%	134 45.0%
2.34 - 3.66	Medio	57 48.7%	76 42.0%	133 44.6%
3.67 - 5	Alto	14 12.0%	17 9.4%	31 10.4%
	Total	117 100%	181 100%	298 100%

La manifestación de la Dimensión Espiritual en El Uso de las Redes Sociales agrupado por carrera expresa que Arquitectura de manera mayoritaria presenta un nivel dimensional “bajo”, Licenciatura en Ciencias de la Computación presenta un nivel “medio”, Ingeniería Civil nivel “bajo”, Ingeniería Eléctrica nivel “bajo”, Ingeniería Industrial nivel “medio” e Ingeniería Química nivel “medio”. De manera especial se encontró que el 46.15% de los estudiantes de Ingeniería Mecánica presentan un nivel dimensional “bajo”, y en este mismo porcentaje otro grupo de dicha carrera manifiesta un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.45 y 4.46).

Cuadro 4.45.: Frecuencia de manifestación de la Dimensión Espiritual por carrera

Carrera	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	15	14	4	33
	11.2%	10.5%	12.9%	11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	11	15	3	29
	8.2%	11.3%	9.7%	9.7%
Ingeniería Civil	18	14	3	35
	13.4%	10.5%	9.7%	11.7%
Ingeniería Eléctrica	13	10	0	23
	9.7%	7.5%	0%	7.7%
Ingeniería Mecánica	12	12	2	26
	9.0%	9.0%	6.5%	8.7%
Ingeniería Industrial	48	49	16	113
	35.8%	36.8%	51.6%	37.9%
Ingeniería Química	17	19	3	39
	12.7%	14.3%	9.7%	13.1%
Total	134	133	31	298
	100%	100%	100%	100%

Cuadro 4.46.: Manifestación de la Dimensión Espiritual por carrera

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	2.54	0.87	2.00	2.33
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	2.38	0.94	1.00	2.33
Ingeniería Civil	35	2.44	0.86	2.17	2.17
Ingeniería Eléctrica	23	2.07	0.71	1.00	2.00
Ingeniería Mecánica	26	2.38	1.10	1.67	2.42
Ingeniería Industrial	113	2.55	0.87	2.17	2.50
Ingeniería Química	39	2.41	0.84	1.83	2.33

La manifestación de la Dimensión Espiritual en El Uso de las Redes Sociales disgregado

por edad muestra que la mayoría de estudiantes a la edad de 17 años presenta un nivel dimensional “bajo”, representado por el 49.38% del subgrupo; a los 18 años se encuentra un nivel “medio” (46.56% del subgrupo) y a los 19 años el 46.03% de alumnos del subgrupo presentan un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.48).

Cuadro 4.47.: *Manifestación de la Dimensión Espiritual por Edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	1.33	0.0	1.33	1.33
15	1	3.50	0.0	3.50	3.50
16	2	2.42	0.82	1.83	2.42
17	81	2.45	0.91	2.17	2.33
18	131	2.44	0.88	2.83	2.33
19	63	2.46	0.94	2.83	2.33
20	7	2.43	0.61	1.67	2.33
21	5	2.80	0.53	2.17	2.67
22	4	2.79	1.10	1.50	2.83
23	1	1.83	0.0	1.83	1.83
24	1	1.67	0.0	1.67	1.67
34	1	2.00	0.0	2.00	2.00

Cuadro 4.48.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Espiritual por edad*

Edad	Frecuencias			
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	Total
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
14-16 años	2	2	0	4
	1.5%	1.5%	0%	1.3%
17	40	30	11	81
	29.9%	22.6%	35.5%	27.2%
18	58	61	12	131
	43.3%	45.9%	38.7%	44.0%
19	27	29	7	63
	20.1%	21.8%	22.6%	21.1%
20-34	7	11	1	19
	5.2%	8.3%	3.2%	6.4%
Total	134	133	31	298
	100%	100%	100%	100%

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula

la Dimensión Espiritual en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno es “bajo” para casi la mitad del grupo, y “medio” para la otra mitad.

4.3.5 Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Ética

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Ética se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales respecto a la toma de decisiones con base en valores para luego realizar acciones de las cuales debe asumir las consecuencias y responsabilidades (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El indicador de la Dimensión Ética contempla en su cuantificación ítems respecto a emisión dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional.

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo el ítem “16. Recibo contenido en las Redes Sociales que es considerado correcto por otras personas, pero incorrecto desde mi punto de vista” donde el 56.9% de los sujetos de estudio expresa “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.49).

Cuadro 4.49.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Ética por recepción*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
16. Recibo contenido en las Redes Sociales que es considerado correcto por otras personas, pero incorrecto desde mi punto de vista.	47 15.8%	81 27.3%	122 41.1%	33 11.1%	14 4.7%	Recepción de expresión dimensional
N=297						
19. Recibo en las Redes Sociales contenido que a mi parecer es correcto, pero que otros consideran inaceptable.	80 27.0%	87 29.4%	100 33.8%	19 6.4%	10 3.4%	Recepción de expresión dimensional
N=296						

Las estadísticas de los ítems por recepción evidencian la interacción desde los otros hacia el sujeto en las Redes Sociales (interacción de lo social a lo individual) con respecto a la Dimensión Ética (ver Cuadro 4.49).

Analizando los ítems por emisión dimensional y la comparación entre ellos se encuentra que la interacción que más se manifiesta al interactuar en las Redes Sociales es el ítem “28. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre lo que considero correcto o incorrecto (prostitución, guerras u otros)” donde el 41% de los sujetos de estudio expresa “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.50). El ítem “13. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre relaciones sexuales antes del matrimonio y asumo la responsabilidad al respecto” indica baja interacción por emisión con respecto a la manifestación dimensional planteada, ya que el 86.5% expresa que “nunca” o “casi nunca” lo hace. Respecto al ítem anterior, tiene sentido que la interacción respecto a este tipo de manifestación dimensional sea baja, ya que el esquema de valores infundados por la sociedad lo presenta como algo negativo y por lo tanto la dimensión ética lo regula como tal.

Cuadro 4.50.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Ética por emisión*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	1	2	3	4	5
13. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre relaciones sexuales antes del matrimonio y asumo la responsabilidad al respecto.	205 69.0%	52 17.5%	23 7.7%	11 3.7%	6 2.0%
	N=297				
28. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre lo que considero correcto o incorrecto (prostitución, guerras u otros).	99 33.2%	77 25.8%	71 23.8%	38 12.8%	13 4.4%
	N=298				
40. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre la tortura de animales.	103 34.9%	76 25.8%	61 20.7%	29 9.8%	26 8.8%
	N=295				

De las estadísticas de los ítems por emisión se puede validar las interacciones que desarrollan los sujetos hacia el grupo de las Redes Sociales (interacción de lo individual a lo social) para manifestar la Dimensión Ética (ver Cuadro 4.50).

En general y desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Ética del entorno de los sujetos de estudio presentan mayoritariamente un nivel dimensional “bajo”, representado por el 59.4% de los encuestados. El 38.3% de los estudiantes presentan un nivel “medio” y el 2.3% presenta un nivel “alto” (ver Cuadro 4.51). Lo anterior indica que las manifestaciones de la Dimensión Ética en el Uso de las Redes Sociales es menor comparado con las otras dimensiones.

Cuadro 4.51.: *Frecuencia de nivel de manifestación de la Dimensión Ética*

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	177	59.4%
2.34 - 3.66	Medio	114	38.3%
3.66 - 5	Alto	7	2.3%
	Total	298	100%

La manifestación de la Dimensión Ética en el uso de las Redes Sociales por sexo indica una mayor manifestación en el grupo de hombres con una media de 2.28 y desviación típica de 0.69 (ver Cuadro 4.52). La mayoría de mujeres (67.5%) y hombres (54.1%) presentan un nivel dimensional “bajo” (ver Cuadro 4.53). Debe notarse que un grupo importante de mujeres (30.8%) y hombres (43.1%) presentan un nivel dimensional “medio”.

Cuadro 4.52.: *Manifestación de la Dimensión Ética por sexo*

Dimensión	Sexo									
	Mujeres					Hombres				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Ética	117	2.08	0.70	1.80	2.00	181	2.28	0.69	2.00	2.20

Cuadro 4.53.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Ética por sexo*

Puntuación	Nivel Dimensional	Mujer	Hombre	Total
1 - 2.33	Bajo	79 67.5%	98 54.1%	177 59.4%
2.34 - 3.66	Medio	36 30.8%	78 43.1%	114 38.3%
3.67 - 5	Alto	2 1.7%	5 2.8%	7 2.3%
	Total	117 100%	181 100%	298 100%

La manifestación de la Dimensión Ética en el uso de las Redes Sociales agrupado por carrera expresa que Arquitectura, Licenciatura en Ciencias de la Computación, Ingeniería Civil e Ingeniería Industrial presentan de manera mayoritaria un nivel dimensional “bajo”. Las carreras de Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Mecánica e Ingeniería Mecánica presentan en su mayoría un nivel “medio”. Además, se encontró que el 47.83% de alumnos de Ingeniería Eléctrica y el 46.15% de Ingeniería Mecánica presentan un nivel “bajo” (ver Cuadro 4.54 y 4.55).

Cuadro 4.54.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Ética por carrera*

Carrera	Frecuencias			
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	Total
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	21 11.9%	11 9.6%	1 14.3%	33 11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	22 12.4%	7 6.1%	0 0%	29 9.7%
Ingeniería Civil	18 10.2%	14 12.3%	3 42.9%	35 11.7%
Ingeniería Eléctrica	11 6.2%	12 10.5%	0 0%	23 7.7%
Ingeniería Mecánica	12 6.8%	13 11.4%	1 14.3%	26 8.7%
Ingeniería Industrial	77 43.5%	35 30.7%	1 14.3%	113 37.9%
Ingeniería Química	16 9.0%	22 19.3%	1 14.3%	39 13.1%
Total	177 100%	114 100%	7 100%	298 100%

Cuadro 4.55.: *Manifestación de la Dimensión Ética por carrera*

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	2.10	0.57	1.60	2.00
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	2.08	0.69	2.00	2.00
Ingeniería Civil	35	2.26	0.86	2.40	2.20
Ingeniería Eléctrica	23	2.32	0.58	2.00	2.40
Ingeniería Mecánica	26	2.42	0.74	1.40	2.40
Ingeniería Industrial	113	2.09	0.67	2.00	2.00
Ingeniería Química	39	2.41	0.71	1.80	2.40

La manifestación de la Dimensión Ética en El Uso de las Redes Sociales disgregado por edad muestra que la mayoría de estudiantes a la edad de 17 años presenta un nivel dimensional “bajo”, representado por el 60.49% de miembros del subgrupo; a los 18 años se encuentra un nivel “bajo” (59.54% del subgrupo) y a los 19 años el 60.32% de alumnos del subgrupo presenta un nivel “bajo” (ver Cuadro 4.56).

Cuadro 4.56.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Ética por edad*

Edad	Frecuencias						Total	
	1-2.33		2.34-3.66		3.67-5			
Puntuación	Bajo	%	Medio	%	Alto	%	%	
14-16 años	1	0.6%	3	2.6%	0	0%	4	1.3%
17	49	27.7%	31	27.2%	1	14.3%	81	27.2%
18	78	44.1%	50	43.9%	3	42.9%	131	44.0%
19	38	21.5%	22	19.3%	3	42.9%	63	21.1%
20-34	11	6.2%	8	7.0%	0	0%	19	6.4%
Total	177	100%	114	100%	7	100%	298	100%

Cuadro 4.57.: *Manifestación de la Dimensión Ética por edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	2.20	0.0	2.20	2.20
15	1	2.80	0.0	2.80	2.80
16	2	2.70	0.14	2.60	2.70
17	81	2.14	0.63	1.80	2.00
18	131	2.19	0.74	1.60	2.00
19	63	2.24	0.74	2.00	2.20
20	7	2.17	0.53	2.00	2.00
21	5	2.16	0.30	2.20	2.20
22	4	2.00	0.33	2.00	2.00
23	1	3.40	0.0	3.40	3.40
24	1	3.40	0.0	3.40	3.40
34	1	2.80	0.0	2.80	2.80

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales por emisión y recepción estimula la Dimensión Ética en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno es “bajo” para un poco más de la mitad del grupo, y “medio” para otro grupo importante.

4.3.6 Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica se entiende como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para vivir “entre” y “con” otros, de tal manera que las personas pueden transformarse y transformar el entorno en el que se encuentran inmersos (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El indicador de la Dimensión Sociopolítica contempla en su cuantificación ítems respecto a emisión dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional.

Analizando los ítems por emisión dimensional y la comparación entre ellos se encuentra que la interacción que más se manifiesta al interactuar en las Redes Sociales es el ítem “51. Expreso en las Redes Sociales mi simpatía, rechazo o indiferencia por la política” donde el 38.8% de los sujetos

de estudio expresan “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.58). El ítem “11. Difundo contenido en las Redes Sociales acerca de los problemas que vive mi comunidad (problemas de agua, recolección de basura, chikungunya u otros)” indica baja interacción por emisión con respecto a la manifestación dimensional planteada, ya que el 80.8% expresa que “nunca” o “casi nunca” lo hace. De lo anterior se puede validar las interacciones que desarrollan los sujetos hacia el grupo de las Redes Sociales (interacción de lo individual a lo social) para manifestar la Dimensión Sociopolítica.

Cuadro 4.58.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Sociopolítica por emisión*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
11. Difundo contenido en las Redes Sociales acerca de los problemas que vive mi comunidad (problemas de agua, recolección de basura, chikungunya u otros).	163 54.9%	77 25.9%	40 13.5%	13 4.4%	4 1.3%	Emisión de expresión dimensional
	N=297					
32. Denuncio en las Redes Sociales el irrespeto de mis derechos ciudadanos (causado por un vecino, la policía, un negocio o cualquier otro).	164 55.4%	62 20.9%	43 14.5%	16 5.4%	11 3.7%	Emisión de expresión dimensional
	N=296					
51. Expreso en las Redes Sociales mi simpatía, rechazo o indiferencia por la política.	123 41.6%	58 19.6%	61 20.6%	27 9.1%	27 9.1%	Emisión de expresión dimensional
	N=296					

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo el ítem “37. Recibo contenidos en las Redes Sociales acerca de problemas de inseguridad en el país” donde el 75.3% de los sujetos de estudio expresan “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.59). Lo anterior evidencia la interacción desde los otros hacia el sujeto en las Redes

Sociales (interacción de lo social a lo individual) con respecto a la Dimensión Sociopolítica.

Cuadro 4.59.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Sociopolítica por recepción*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
22. Recibo en las Redes Sociales contenido acerca de temas electorales (elección de alcalde, diputado, presidente).	51 17.1%	41 13.8%	80 26.8%	71 23.8%	55 18.5%	Recepción de expresión dimensional
N=298						
37. Recibo contenidos en las Redes Sociales acerca de problemas de inseguridad en el país.	30 10.1%	43 14.5%	107 36.1%	65 22.0%	51 17.2%	Recepción de expresión dimensional
N=296						

En general y desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Sociopolítica del entorno de los sujetos de estudio presenta mayoritariamente un nivel dimensional “bajo”, representado por el 49.0% de los encuestados. El 45.0% de los estudiantes presenta un nivel “medio” y el 6.0% presenta un nivel “alto” (ver Cuadro 4.60). El histograma de la Figura 4.9 muestra en detalle la distribución de frecuencia de las puntuaciones de la Dimensión Sociopolítica.

Cuadro 4.60.: *Frecuencia de nivel de manifestación de la Dimensión Sociopolítica*

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	146	49.0%
2.34 - 3.66	Medio	134	45.0%
3.66 - 5	Alto	18	6.0%
	Total	298	100%

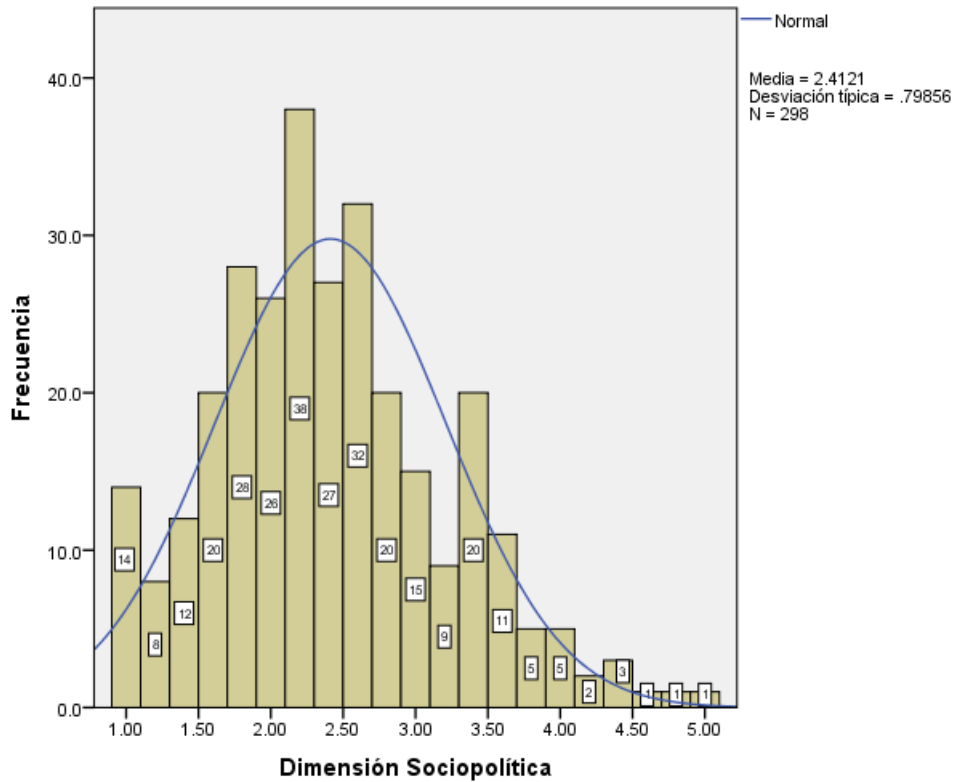


Figura 4.9.: Manifestación de la Dimensión Sociopolítica en El Uso de las Redes Sociales

La manifestación de la Dimensión Sociopolítica por sexo indica una media 2.36 y desviación típica de 0.82 para mujeres, y una media de 2.45 y desviación típica de 0.79 para hombres (ver Cuadro 4.62). La mayoría de mujeres (56.4%) y hombres (49.7%) presentan un nivel dimensional “bajo” y “medio” respectivamente (ver Cuadro 4.61). Debe notarse que un grupo de mujeres (37.6%) y hombres (44.2%) presentan un nivel “medio” y “bajo” respectivamente.

Cuadro 4.61.: Frecuencia de manifestación de la Dimensión Sociopolítica por sexo

Puntuación	Nivel Dimensional	Mujer	Hombre	Total
1 - 2.33	Bajo	66	80	146
		56.4%	44.2%	49.0%
2.34 - 3.66	Medio	44	90	134
		37.6%	49.7%	45.0%
3.67 - 5	Alto	7	11	18
		6.0%	6.1%	6.0%
	Total	117	181	298
		100%	100%	100%

Cuadro 4.62.: *Manifestación de la Dimensión Sociopolítica por sexo*

Dimensión	Sexo									
	Mujeres					Hombres				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Sociopolítica	117	2.36	0.82	2.20	2.20	181	2.45	0.79	2.20	2.40

La manifestación de la Dimensión Sociopolítica en El Uso de las Redes Sociales agrupado por carrera expresa que Arquitectura de manera mayoritaria presenta un nivel dimensional “bajo”, Licenciatura en Ciencias de la Computación presenta un nivel “bajo”, Ingeniería Civil nivel “bajo”, Ingeniería Eléctrica nivel “medio”, Ingeniería Mecánica nivel “medio”, Ingeniería Industrial nivel “bajo” e Ingeniería Química nivel “medio” (ver Cuadro 4.63 y 4.64).

Cuadro 4.63.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Sociopolítica por carrera*

Carrera	Frecuencias			
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	Total
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	17 11.6%	15 11.2%	1 5.6%	33 11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	18 12.3%	10 7.5%	1 5.6%	29 9.7%
Ingeniería Civil	19 13.0%	13 9.7%	3 16.7%	35 11.7%
Ingeniería Eléctrica	10 6.8%	11 8.2%	2 11.1%	23 7.7%
Ingeniería Mecánica	7 4.8%	17 12.7%	2 11.1%	26 8.7%
Ingeniería Industrial	58 39.7%	49 36.6%	6 33.3%	113 37.9%
Ingeniería Química	17 11.6%	19 14.2%	3 16.7%	39 13.1%
Total	146 100%	134 100%	18 100%	298 100%

Cuadro 4.64.: *Manifestación de la Dimensión Sociopolítica por carrera*

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	2.34	0.67	1.80	2.20
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	2.14	0.81	2.20	2.20
Ingeniería Civil	35	2.28	0.97	1.60	2.00
Ingeniería Eléctrica	23	2.59	0.66	2.20	2.40
Ingeniería Mecánica	26	2.57	0.67	2.40	2.40
Ingeniería Industrial	113	2.42	0.77	2.20	2.20
Ingeniería Química	39	2.55	0.93	3.40	2.60

La manifestación de la Dimensión Sociopolítica en El Uso de las Redes Sociales disgregado por edad muestra que la mayoría de estudiantes a la edad de 17 años presenta un nivel dimensional “bajo”, representado por el 58.02% de miembros ; a los 18 años se encuentra un nivel “medio” (48.09%) y a los 19 años el 46.03% de alumnos presenta un nivel “bajo” (ver Cuadro 4.65).

Cuadro 4.65.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Sociopolítica por edad*

Edad	Frecuencias			
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	Total
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
14-16 años	1	2	1	4
	0.7%	1.5%	5.6%	1.3%
17	47	32	2	81
	32.2%	23.9%	11.1%	27.2%
18	62	63	6	131
	42.5%	47.0%	33.3%	44.0%
19	29	25	9	63
	19.9%	18.7%	50%	21.1%
20-34	7	12	0	19
	4.8%	9.0%	0%	6.4%
Total	146	134	18	298
	100%	100%	100%	100%

Cuadro 4.66.: *Manifestación de la Dimensión Sociopolítica por edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	2.80	0.0	2.80	2.80
15	1	3.40	0.0	3.40	3.40
16	2	2.60	1.70	1.40	2.60
17	81	2.31	0.70	2.20	2.20
18	131	2.40	0.81	2.60	2.40
19	63	2.55	0.95	2.60	2.60
20	7	2.14	0.40	2.40	2.40
21	5	2.40	0.49	2.60	2.60
22	4	2.45	0.25	2.40	2.40
23	1	3.00	0.0	3.00	3.00
24	1	2.20	0.0	2.20	2.20
34	1	2.60	0.0	2.60	2.60

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales por emisión y recepción estimula la Dimensión Sociopolítica en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno es “bajo” para un poco menos de la mitad del grupo, y “medio” para otro grupo importante.

4.3.7 Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa se entiende como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales, las cuales les permiten encontrar significados y representarlos a través del lenguaje para interactuar con otros (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El indicador de la Dimensión Comunicativa contempla en su cuantificación ítems respecto a emisión dimensional, recepción dimensional y autopercepción dimensional.

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo el ítem “41. Reflexiono sobre lo que es real o falso de los diferentes contenidos o cosas que recibo u

observo en las Redes Sociales” donde el 72.7% de los sujetos de estudio expresan “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.67). Lo anterior evidencia la interacción desde los otros hacia el sujeto en las Redes Sociales (interacción de lo social a lo individual) con respecto a la Dimensión Comunicativa.

Cuadro 4.67.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Comunicativa por recepción*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
41. Reflexiono sobre lo que es real o falso de los diferentes contenidos o cosas que recibo u observo en las Redes Sociales	37 12.5%	44 14.9%	68 23.0%	55 18.6%	92 31.1%	Recepción de expresión dimensional
N=296						
	Totalmente en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
26. Los mensajes que encuentro en las Redes Sociales me ayudan a crecer como persona.	59 20.1%	55 18.8%	113 38.6%	58 19.8%	8 2.7%	Recepción de expresión dimensional
N=293						

De forma general el 22.5% de los sujetos de estudio se expresan “un poco de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” respecto a “Los mensajes que encuentro en las Redes Sociales me ayudan a crecer como persona” (ver ítem 26 en Cuadro 4.67). Además, se encontró que el 82.3% expresan “un poco de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” que “Las Redes Sociales me permiten estar comunicado con muchas y diferentes personas” (ver Cuadro 4.68). De lo anterior se encuentra el hallazgo que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo general

de la persona con mediación de la Dimensión Comunicativa.

Cuadro 4.68.: Frecuencias de manifestación de la Dimensión Comunicativa por auto percepción

	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
50. Percibo que la comunicación con mis amigos(as) ha mejorado debido al entorno de las Redes Sociales.	25 8.4%	36 12.2%	115 38.9%	66 22.3%	54 18.2%	Auto-percepción dimensional
N=296						
	Totalmente en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
14. Las Redes Sociales me permiten conocer chambres (o noticias) de último momento.	28 9.4%	22 7.4%	43 14.5%	101 34.0%	103 34.7%	Auto-percepción y recepción dimensional
N=297						
45. Las Redes Sociales me permiten estar comunicado con muchas y diferentes personas.	9 3.1%	16 5.4%	27 9.2%	70 23.7%	173 58.6%	Auto-percepción dimensional
N=295						

Analizando los ítems por emisión dimensional se encuentra que la interacción que se manifiesta al interactuar en las Redes Sociales es el ítem “7. Utilizo las Redes Sociales con la finalidad que mis mensajes se distribuyan entre mis amigos, familiares y demás contactos” donde el 65.2% de los sujetos de estudio expresan “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.69). De lo anterior se puede validar las interacciones que desarrollan los sujetos hacia el grupo

de las Redes Sociales (interacción de lo individual a lo social) para manifestar la Dimensión Comunicativa.

Cuadro 4.69.: *Ítems de manifestación de la Dimensión Comunicativa por emisión*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
7. Utilizo las Redes Sociales con la finalidad que mis mensajes se distribuyan entre mis amigos, familiares y demás contactos	32 10.8%	71 24.0%	74 25.0%	65 22.0%	54 18.2%	Emisión de expresión dimensional
N=296						

Desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Comunicativa del entorno de los sujetos de estudio presenta mayoritariamente un nivel dimensional “alto”, representado por el 47.0% de los encuestados. El 44.6% de los estudiantes presenta un nivel “medio” y el 8.4% presenta un nivel “bajo” (ver Cuadro 4.70).

Cuadro 4.70.: *Frecuencia de nivel de manifestación de la Dimensión Comunicativa*

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	25	8.4%
2.34 - 3.66	Medio	133	44.6%
3.66 - 5	Alto	140	47.0%
	Total	298	100%

El histograma de la Figura 4.10 muestra en detalle la distribución de frecuencia de las puntuaciones de la Dimensión Comunicativa. En ella se observa la tendencia de manifestaciones dimensionales mayoritariamente “alta”. Además, se observa un grupo importante de nivel “medio”.

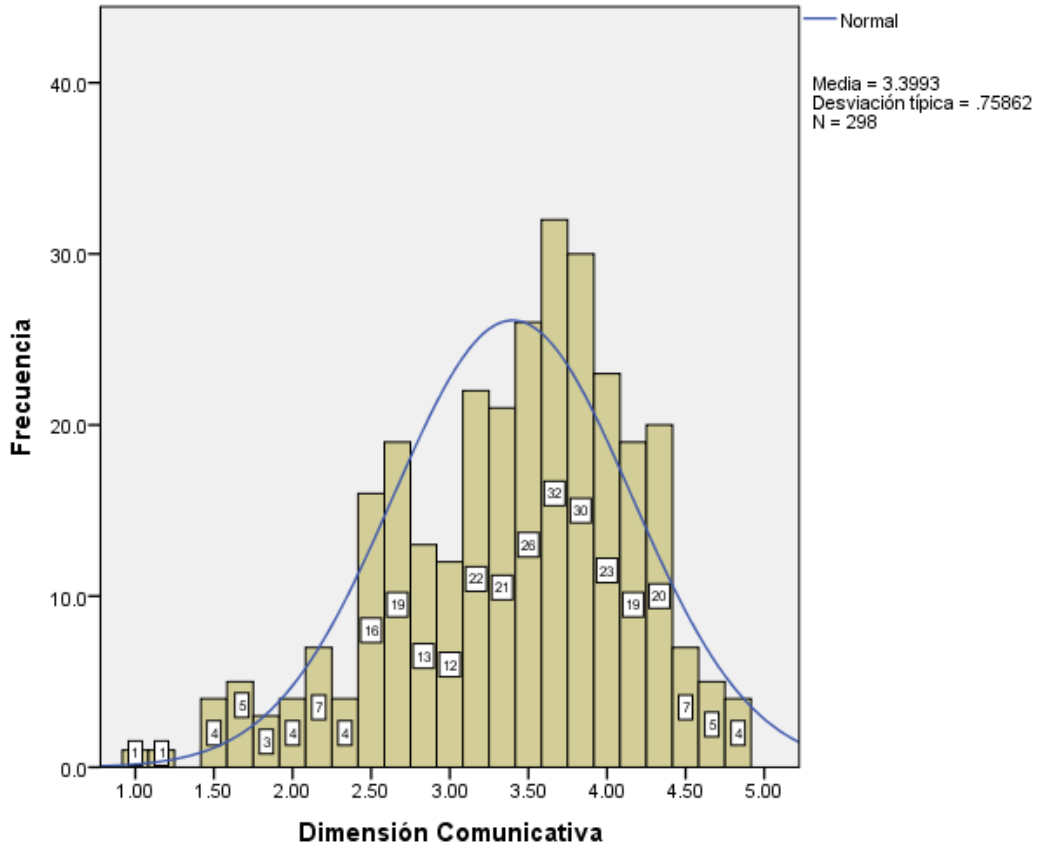


Figura 4.10.: Manifestación de la Dimensión Comunicativa en El Uso de las Redes Sociales

La manifestación de la Dimensión Comunicativa en El Uso de las Redes Sociales categorizado por sexo indica una mayor manifestación en el grupo de mujeres con una media de 3.45 y desviación típica de 0.78 (ver Cuadro 4.71). La mayoría de mujeres (51.3%) presentan un nivel dimensional “alto”, y la mayoría de hombres (48.1%) presentan un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.72). Debe notarse que un grupo importante de mujeres (39.3%) y hombres (44.2%) presentan un nivel dimensional “medio” y “alto” respectivamente.

Cuadro 4.71.: Manifestación de la Dimensión Comunicativa por sexo

Dimensión	Sexo									
	Mujeres					Hombres				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Comunicativa	117	3.45	0.78	3.67	3.67	181	3.36	0.75	3.67	3.50

Cuadro 4.72.: Frecuencia de manifestación de la Dimensión Comunicativa por sexo

Puntuación	Nivel Dimensional	Mujer	Hombre	Total
1 - 2.33	Bajo	11 9.4%	14 7.7%	25 8.4%
2.34 - 3.66	Medio	46 39.3%	87 48.1%	133 44.6%
3.67 - 5	Alto	60 51.3%	80 44.2%	140 47.0%
	Total	117 100%	181 100%	298 100%

La manifestación de la Dimensión Comunicativa en El Uso de las Redes Sociales agrupado por carrera expresa que Arquitectura de manera mayoritaria presenta un nivel dimensional “medio”, Licenciatura en Ciencias de la Computación presenta un nivel “alto”, Ingeniería Civil nivel “medio”, Ingeniería Eléctrica nivel “alto”, Ingeniería Mecánica nivel “alto”, Ingeniería Industrial nivel “medio” e Ingeniería Química nivel “alto” (ver Cuadro 4.73).

Cuadro 4.73.: Frecuencia de manifestación de la Dimensión Comunicativa por carrera

Carrera	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	3 12.0%	16 12.0%	14 10.0%	33 11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	5 20.0%	9 6.8%	15 10.7%	29 9.7%
Ingeniería Civil	4 16.0%	19 14.3%	12 8.6%	35 11.7%
Ingeniería Eléctrica	0 0%	11 8.3%	12 8.6%	23 7.7%
Ingeniería Mecánica	0 0%	12 9.0%	14 10.0%	26 8.7%
Ingeniería Industrial	10 40.0%	56 42.1%	47 33.6%	113 37.9%
Ingeniería Química	3 12.0%	10 7.5%	26 18.6%	39 13.1%
Total	25 100%	133 100%	140 100%	298 100%

Cuadro 4.74.: *Manifestación de la Dimensión Comunicativa por carrera*

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	3.41	0.77	3.33	3.50
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	3.40	0.96	4.00	3.67
Ingeniería Civil	35	3.26	0.74	3.17	3.33
Ingeniería Eléctrica	23	3.50	0.59	3.83	3.67
Ingeniería Mecánica	26	3.54	0.64	3.67	3.67
Ingeniería Industrial	113	3.32	0.79	2.50	3.50
Ingeniería Química	39	3.60	0.65	3.67	3.83

La manifestación de la Dimensión Comunicativa en El Uso de las Redes Sociales disgregado por edad muestra que la mayoría de estudiantes a la edad de 17 años presenta un nivel dimensional “medio”, representado por el 49.38% de miembros del subgrupo; a los 18 años se encuentra un nivel “alto” (52.67% del subgrupo) y a los 19 años el 46.03% de alumnos del subgrupo presenta un nivel “alto” (ver Cuadro 4.75). De lo anterior se deduce un crecimiento de la manifestación de la Dimensión Comunicativa después de los 17 años de edad.

Cuadro 4.75.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Comunicativa por edad*

Edad	Frecuencias						Total	
	1-2.33		2.34-3.66		3.67-5			
Puntuación	Bajo	%	Medio	%	Alto	%	%	
14-16 años	0	0%	3	2.3%	1	0.7%	4	1.3%
17	7	28.0%	40	30.1%	34	24.3%	81	27.2%
18	12	48.0%	50	37.6%	69	49.3%	131	44.0%
19	6	24.0%	28	21.1%	29	20.7%	63	21.1%
20-34	0	0%	12	9.0%	7	5.0%	19	6.4%
Total	25	100%	133	100%	140	100%	298	100%

Cuadro 4.76.: *Manifestación de la Dimensión Comunicativa por edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	2.50	0.0	2.50	2.50
15	1	3.67	0.0	3.67	3.67
16	2	2.83	0.47	2.50	2.83
17	81	3.40	0.76	3.50	3.50
18	131	3.44	0.78	3.83	3.67
19	63	3.36	0.80	2.67	3.50
20	7	3.31	0.42	3.33	3.33
21	5	3.20	0.62	2.67	3.17
22	4	3.58	0.62	3.83	3.83
23	1	3.50	0.0	3.50	3.50
24	1	3.83	0.0	3.83	3.83
34	1	2.67	0.0	2.67	2.67

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimulan la Dimensión Comunicativa en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno de la mayoría de los sujetos de estudio es “alto”.

4.3.8 Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva

El Uso de las Redes Sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva se entiende como las diferentes manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para aprender conceptualmente la realidad que lo rodea. De esta manera las personas pueden interactuar con dicha realidad y transformarla (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

El indicador de la Dimensión Cognitiva contempla en su cuantificación ítems respecto a recepción dimensional y autopercepción dimensional.

Con respecto a las manifestaciones dimensionales por recepción se encontró representativo el ítem “38. Me han apoyado en las Redes Sociales para resolver tareas simples (de la escuela, trabajo, hogar)” donde el 73.0% de los sujetos de estudio expresan “a veces”, “casi siempre” o “siempre” (ver Cuadro 4.77). El ítem “34. He encontrado, al interactuar en las Redes Sociales,

nuevas estrategias que me permiten resolver problemas cotidianos (del trabajo, escuela u hogar)” indica alta interacción por recepción con respecto a la manifestación dimensional planteada ya que el 66.8% de los participantes indican que “a veces”, “casi siempre” o “siempre” encuentran estrategias para resolver problemas al interactuar en las Redes Sociales. De lo anterior se deduce que las interacciones desde los otros hacia el sujeto (interacción de lo social a lo individual) estimula en alguna medida la Dimensión Cognitiva, lo cual es congruente con la la ley genética del desarrollo cultural de Vygotsky (Cubero, 2005).

Cuadro 4.77.: Ítems de manifestación de la Dimensión Cognitiva por recepción

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
8. He utilizado videos publicados en las Redes Sociales (por ejemplo en YouTube.com) para resolver problemas cotidianos (del hogar, trabajo, escuela)	45 15.2%	40 13.5%	121 40.7%	62 20.9%	29 9.8%	Recepción de expresión dimensional
N=297						
34. He encontrado, al interactuar en las Redes Sociales, nuevas estrategias que me permiten resolver problemas cotidianos (del trabajo, escuela u hogar).	39 13.2%	59 20.0%	129 43.7%	45 15.3%	23 7.8%	Recepción de expresión dimensional
N=295						
38. Me han apoyado en las Redes Sociales para resolver tareas simples (de la escuela , trabajo, hogar) .	37 12.5%	43 14.5%	100 33.8%	71 24.0%	45 15.2%	Recepción de expresión dimensional
N=296						

De forma general el 65.4% de los sujetos de estudio se muestran “un poco de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” respecto a “Las Redes Sociales me han permitido conocer y comprender cosas que suceden a mi alrededor”. De forma complementaria el 16.3% expresan “totalmente en

desacuerdo” o “un poco en desacuerdo” (ver Cuadro 4.78). De lo anterior se valida el hallazgo que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo de la Dimensión Cognitiva.

Cuadro 4.78.: *Frecuencias de manifestación de la Dimensión Cognitiva por autopercepción*

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
42. He aclarado el significado de alguna palabra al interactuar en las Redes Sociales.	50 16.9%	55 18.6%	104 35.1%	60 20.3%	27 9.1%	Auto-percepción dimensional
N=296						
48. He descubierto nuevas realidades, del mundo que me rodea, debido a mi interacción con las Redes Sociales.	17 5.7%	31 10.5%	109 36.8%	88 29.7%	51 17.2%	Auto-percepción dimensional
N=296						
	Totalmente en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
	1	2	3	4	5	
33. Las Redes Sociales me han permitido conocer y comprender cosas que suceden a mi alrededor.	21 7.1%	27 9.2%	54 18.3%	120 40.7%	73 24.7%	Auto-percepción dimensional
N=295						

Desde una perspectiva macro, se encontró que la expresión de la Dimensión Cognitiva del entorno de los sujetos de estudio presenta mayoritariamente un nivel dimensional “medio” (61.4%); sin embargo, se tiene un 28.5% de nivel “alto” (ver Cuadro 4.79). Además, una minoría (10.1%) presenta un nivel “bajo” de la presente dimensión al interactuar en las Redes Sociales. El histograma de la Figura 4.11 muestra en detalle la distribución de frecuencias de las puntuaciones

de la Dimensión Cognitiva; en ella se observa la tendencia de manifestaciones dimensionales mayoritariamente “medio”. Además, se observa un grupo importante de nivel “alto”.

Cuadro 4.79.: Frecuencia consolidada de nivel de manifestación de la Dimensión Cognitiva

Puntuación	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2.33	Bajo	30	10.1%
2.34 - 3.66	Medio	183	61.4%
3.66 - 5	Alto	85	28.5%
	Total	298	100%

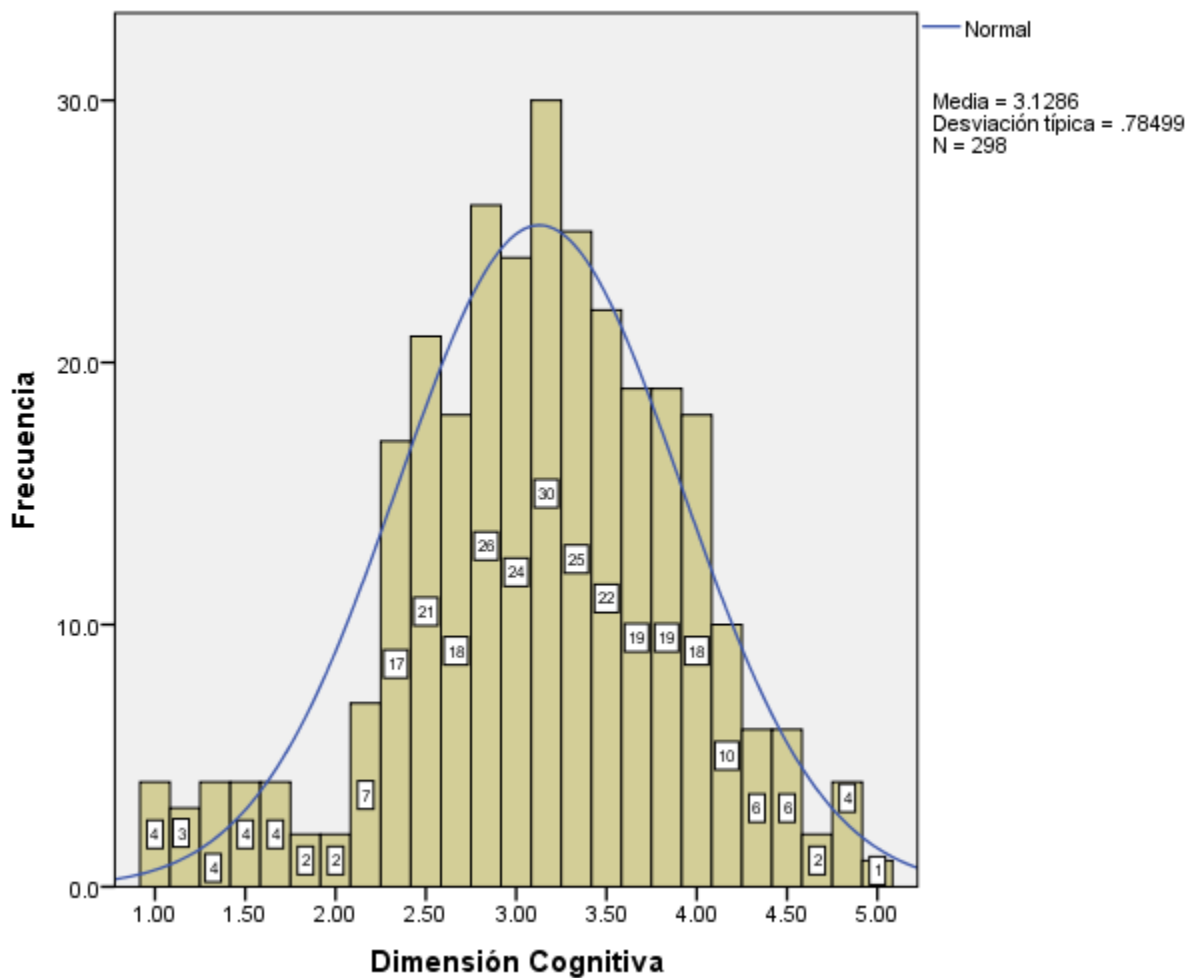


Figura 4.11.: Manifestación de la Dimensión Cognitiva en El Uso de las Redes Sociales

La manifestación de la Dimensión Cognitiva en El Uso de las Redes Sociales por sexo indica una media 3.15 y desviación típica de 0.76 para mujeres, y una media de 3.12 y desviación típica de

0.80 para hombres (ver Cuadro 4.80). La mayoría de las mujeres (64.1%) y de los hombres (59.7%) presentan un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.81). Debe notarse que un grupo importante de mujeres (27.4%) y hombres (29.3%) presentan un nivel dimensional “alto”.

Cuadro 4.80.: *Manifestación de la Dimensión Cognitiva por sexo*

Dimensión	Sexo									
	Mujeres					Hombres				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Cognitiva	117	3.15	0.76	3.17	3.17	181	3.12	0.80	2.83	3.17

Cuadro 4.81.: *Frecuencia consolidada de manifestación de la Dimensión Cognitiva por sexo*

Puntuación	Nivel Dimensional	Femenino	Masculino	Total
1 - 2.33	Bajo	10 8.5%	20 11.0%	30 10.1%
2.34 - 3.66	Medio	75 64.1%	108 59.7%	183 61.4%
3.67 - 5	Alto	32 27.4%	53 29.3%	85 28.5%
	Total	117 100%	181 100%	298 100%

La manifestación de la Dimensión Cognitiva en El Uso de las Redes Sociales agrupado por carrera expresa que todas las carreras de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura presentan mayoritariamente un nivel dimensional “medio” (ver Cuadro 4.82). Sin embargo, debe notarse que para cada carrera existe un grupo importante con un nivel “alto”.

Cuadro 4.82.: Frecuencia de manifestación de la Dimensión Cognitiva por carrera

Carrera	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
Puntuación				
Nivel	Bajo	Medio	Alto	
Arquitectura	3 10.0%	22 12.0%	8 9.4%	33 11.1%
Licenciatura en Ciencias de la Computación	3 10.0%	15 8.2%	11 12.9%	29 9.7%
Ingeniería Civil	7 23.3%	21 11.5%	7 8.2%	35 11.7%
Ingeniería Eléctrica	2 6.7%	13 7.1%	8 9.4%	23 7.7%
Ingeniería Mecánica	1 3.3%	17 9.3%	8 9.4%	26 8.7%
Ingeniería Industrial	12 40.0%	71 38.8%	30 35.3%	113 37.9%
Ingeniería Química	2 6.7%	24 13.1%	13 15.3%	39 13.1%
Total	30 100%	183 100%	85 100%	298 100%

Cuadro 4.83.: Manifestación de la Dimensión Cognitiva por carrera

Carrera	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
Arquitectura	33	3.14	0.81	3.17	3.17
Licenciatura en Ciencias de la Computación	29	3.20	0.94	3.83	3.17
Ingeniería Civil	35	2.79	0.82	3.17	3.00
Ingeniería Eléctrica	23	3.17	0.71	2.83	3.17
Ingeniería Mecánica	26	3.23	0.64	2.67	3.25
Ingeniería Industrial	113	3.14	0.77	3.17	3.17
Ingeniería Química	39	3.26	0.76	2.83	3.33

La manifestación de la Dimensión Cognitiva en El Uso de las Redes Sociales disgregado

por edad muestra que la mayoría de estudiantes a la edad de 17 años presentan un nivel dimensional “medio”, representado por el 61.73% de miembros del subgrupo; a los 18 años se encuentra un nivel “medio” (60.31% del subgrupo) y a los 19 años el 55.56% de alumnos del subgrupo presenta un nivel “medio” (ver Cuadro 4.84).

Cuadro 4.84.: *Frecuencia de manifestación de la Dimensión Cognitiva por edad*

Edad	Frecuencias			Total
	1-2.33	2.34-3.66	3.67-5	
Puntuación	Bajo	Medio	Alto	
14-16 años	0	4	0	4
	0%	2.2%	0%	1.3%
17	10	50	21	81
	33.3%	27.3%	24.7%	27.2%
18	13	79	39	131
	43.3%	43.2%	45.9%	44.0%
19	6	35	22	63
	20.0%	19.1%	25.9%	21.1%
20-34	1	15	3	19
	3.3%	8.2%	3.5%	6.4%
Total	30	183	85	298
	100%	100%	100%	100%

Cuadro 4.85.: *Manifestación de la Dimensión Cognitiva por edad*

Edad	Estadística Descriptiva				
	N	Media	Desv. típica	Moda	Mediana
13	1	2.33	0.0	2.33	2.33
15	1	2.83	0.0	2.83	2.83
16	2	2.75	0.12	2.67	2.75
17	81	3.12	0.71	3.50	3.17
18	131	3.15	0.84	2.83	3.17
19	63	3.18	0.84	3.00	3.17
20	7	2.90	0.49	2.33	3.00
21	5	2.83	0.85	1.83	2.67
22	4	3.25	0.52	2.50	3.42
23	1	2.50	0.0	2.50	2.50
24	1	2.67	0.0	2.67	2.67
34	1	3.17	0.0	3.17	3.17

En resumen se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales por

recepción estimula la Dimensión Cognitiva en un contexto donde los niveles de manifestación en el entorno es “medio” para un poco menos de la mitad del grupo, y “alto” para otro grupo importante.

V. Discusión de resultados

A continuación se discuten los resultados obtenidos en la presente investigación sobre el Uso de las Redes Sociales de los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador según las Dimensiones del Desarrollo Humano Integral.

La manifestación de la Dimensión Corporal en el Uso de las Redes Sociales del entorno de los sujetos de estudio evidenció que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo de la Dimensión Corporal. Lo anterior se relaciona respecto a la interacción en las Redes Sociales en la cual las personas como seres corpóreos se manifiestan con su cuerpo y desde su cuerpo, son presencia para el otro en el contexto socio-tecnológico-cultural (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Además, se encontró que dichos sujetos presentan mayoritariamente un nivel de Dimensión Corporal “bajo”, lo cual de forma implícita expresa que hay muchas posibles formas de manifestación que no se ven reflejados en el presente estudio. Lo anterior es congruente con el planteamiento de Leontiev, citado por Cubero et al (2004), y Sántas y Varó (2002), ya que en las relaciones entre las personas y su medio en las que intervienen elementos superiores del comportamiento humano, los sujetos regulan y transforman la naturaleza, modifican de forma dinámica el entorno y a sí mismas. En este sentido la naturaleza dinámica de la persona y sus procesos se refleja de forma consistente en el nivel dimensional encontrado.

De forma complementaria el estudio de Vides (2011) encontró que el encuentro presencial en las relaciones interpersonales en las Redes Sociales es de gran importancia, y no se recomienda digitalizar dicha presencia en los procesos sociales mediados por tecnología. En contraste, Del Moral y Villalustre (2012) en su investigación concluyeron que las Redes Sociales en el contexto socio-tecnológico-cultural permitió afianzar y consolidar las relaciones presenciales.

De forma relevante un pequeño grupo de los sujetos de estudio presentó un nivel de Dimensión Corporal “alto”. Lo anterior queda validado desde el planteamiento de Fainholc (2012) donde expresa la capacidad del hombre para construir realidades. Desde un enfoque por

competencias, el nivel dimensional encontrado se puede relacionar desde los planteamientos de Achaerandio (2008a) y Gallegos (2013) con respecto “Aprender a ser”, ya que esta permite trascender y materializar-digitalizar la presencia del individuo en el contexto socio-cultural y/o el contexto socio-tecnológico-cultural.

Respecto a la manifestación de la Dimensión Afectiva en El Uso de las Redes Sociales un grupo de los sujetos de estudio se pronunció “un poco de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” en que las Redes Sociales les permiten expresar sus sentimientos y emociones. Lo anterior se vincula en cómo las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales permite relacionarse con los demás y consigo mismo; de expresar sus sentimientos, emociones y sexualidad, con miras a desarrollarse como ser social (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Gallegos (2013), desde su enfoque holista, ratifica lo anterior como dimensión emocional. Relacionado a esta dimensión el estudio de Monterroso (2013) expresa la validez de la dimensión afectiva en su estudio cualitativo donde concluyó cómo el uso de la aplicación Facebook para interactuar en las Redes Sociales generó conflictos en parejas respecto a celos, inseguridad, desconfianza y malos entendidos. Vale la pena mencionar que el enfoque, del estudio anterior, no estaba centrado en un análisis de las Dimensiones del Desarrollo Humano, pero implícitamente se encontraron coincidencias de diferentes expresiones dimensionales complementarias a la presente investigación. Ratificando lo anterior, el estudio de Colás, González y De Pablos (2013) encontró que la motivación de utilización de las Redes Sociales por parte de los hombres fue de forma emocional y de las mujeres de forma relacional. La manifestación de emociones en el contexto sociocultural se expresa muchas veces a través del lenguaje escrito en medio digital.

La manifestación de la Dimensión Estética en el Uso de las Redes Sociales presentó que los sujetos de estudio “a veces”, “casi siempre” o “siempre” comparten contenidos relacionados con las bellas artes (pintura, escultura, arquitectura o música). Lo anterior se relaciona respecto a las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para interactuar con el mundo y consigo mismo desde su propia sensibilidad para apreciar la

belleza y expresarla de diferentes maneras (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Desde un enfoque por competencias, la manifestación de la Dimensión Estética se puede relacionar desde los planteamientos de Achaerandio (2008a) y Gallegos (2013) con respecto “Aprender a ser”, ya que esta configura la apreciación de belleza con respecto a su persona y luego en relación a su entorno. La sensibilidad para apreciar la belleza expone la competencia de “Aprender a sentir” como elemento complementario de la competencia anterior.

En relación a la manifestación de la Dimensión Espiritual en El Uso de las Redes Sociales los sujetos de estudio expresan que generalmente responden con comentarios o ”Like” cuando otra persona comparte una alabanza a Dios. Los datos anteriores se relacionan respecto a las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para trascender su existencia, para contactarse con Dios y dar sentido a su propia vida (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Martínez (2009), desde su planteamiento de la persona como supra sistema, denomina lo anterior como subsistema espiritual. Las manifestaciones espirituales pueden practicarse o desarrollarse debido a la interacción del individuo con las diferentes prácticas sociales, en ese sentido Blanck (1993) y Cole (1993), citado por Hernández (2002), en sintonía con Cubero et al (2004) plantean que el contexto cultural permite regular nuestras propias conductas y las de los demás. La persona y su actuar, en un momento dado, ha sido formado por su historia, su inmersión en el mundo cultural y los procesos dinámicos que se desarrollan en este. Lo anterior refleja que la manifestación de la Dimensión Espiritual se debe en alguna medida a las prácticas culturales del entorno.

La manifestación de la Dimensión Ética en el Uso de las Redes Sociales presentó que los sujetos de estudio expresan de forma privada o pública su punto de vista sobre lo que consideran correcto o incorrecto. Los datos previos se relacionan con las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales respecto a la toma de decisiones con base en valores para luego realizar acciones de las cuales debe asumir las consecuencias y responsabilidades (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Interpolando la Dimensión Ética con el enfoque de inteligencias múltiples esta queda vinculada

con la Inteligencia Emocional, ya que la toma de decisiones y realización de acciones depende situacionalmente de los esquemas de valores instalados en el individuo; además las acciones de la persona afectan a los demás y a uno mismo. En este sentido Achaerandio (2008a;2008b) expresa que la Inteligencia Emocional abona al éxito de la persona en lo individual y lo social debido a las capacidades y habilidades de naturaleza emocional. Lo anterior valida la característica situacional observada respecto a esta dimensión.

Relacionando la manifestación de la Dimensión Ética con respecto al planteamiento de Bruner (1988), citado por Hernández (2002), este autor reconoce que en los diferentes espacios de interacción social se desarrollan procesos de discusión, negociación y reconstrucción de saberes, habilidades, valores, actitudes y normas que forman parte de las diferentes dimensiones de las personas. Bajo el planteamiento anterior, se valida la obtención de datos cuantitativos respecto a este aspecto dimensional, ya que en el uso de las Redes Sociales se desarrollan procesos de interacción social en la cual entra en juegos los valores y normas del individuo y del contexto social donde este se encuentra.

El Uso de las Redes Sociales para la manifestación de la Dimensión Sociopolítica mostró que los sujetos de estudio expresan que “a veces”, “casi siempre” o “siempre” manifiestan su simpatía, rechazo o indiferencia por la política. Además, se observó que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales por emisión y recepción estimula dicha dimensión. Los datos anteriores se relacionan con las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para vivir “entre” y “con” otros, de tal manera que las personas pueden transformarse y transformar el entorno en el que se encuentran inmersos (ACODESI, 2013;Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Relacionando la manifestación de la Dimensión Sociopolítica con otros estudios, se encontró de forma diferenciada el estudio de Garrigós, Mazón, Saquete, Puchol y Moreda (2010). En esta investigación se intentó determinar si el uso de las redes sociales favorece el trabajo colaborativo entre alumno-alumno y alumno-profesor; sin embargo, los resultados mostraron un entorno adverso para prácticas colaborativas. Interpolando la Dimensión Sociopolítica con un enfoque por competencias, lo anterior se puede

vincular con la competencia fundamental para la vida “Aprender a vivir juntos” planteados por Achaerandio (2008a) y Gallegos (2013). Alineado respecto a esta dimensión, Ivic (2010) expresa que la raza humana por naturaleza, no puede existir ni desarrollarse como ser aislado entre su propia especie, de forma aislada cualquier persona es un ser incompleto. Para dicho autor la prolongación del individuo se encuentra en los demás.

La manifestación de la Dimensión Comunicativa en El Uso de las Redes Sociales presentó que los sujetos de estudio opinan que los mensajes que encuentran en las Redes Sociales les ayudan a crecer como personas. De lo anterior se encontró el hallazgo que en alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo general de la persona con mediación de la Dimensión Comunicativa. Los datos previos se relacionan con las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales, las cuales les permiten encontrar significados y representarlos a través del lenguaje para interactuar con otros (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Hernández (2002) expresa la relación de la Dimensión Comunicativa con la cultura y los procesos sociales. Este autor plantea que la cultura, a través de sus agentes, realiza una transmisión de objetos y herramientas culturales que el individuo termina apropiándose. Entre ellos se encuentra el habla, sistemas de signos y símbolos, entre otros. Estas herramientas y objetos culturales son fundamentales para que el individuo pueda participar en procesos interpsicológicos y construir su propia humanidad mediante sus propios procesos intrapsicológicos. Para Cubero et al (2004) y Hernández (2002) el habla es el instrumento que tiene el individuo y los grupos sociales para interactuar y participar en los procesos psicológicos, este objeto e instrumento de mediación cultural, a través del sistema de signos, permite transformar el pensamiento, la acción humana y la misma cultura. El habla utiliza diferentes medios de comunicación, a través de los cuales pueden interactuar el individuo y los grupos sociales. Para Baquero y Medina, citado por Hernández (2002), las interacciones sociales se pueden dar a través de tecnologías de mediación sociocultural, los cuales transforman la naturaleza de los espacios de interacción tradicional hacia espacios digitales de interacción. Para González (2009) y Levy (2007) el contexto socio-tecnológico-cultural representa nuevas dinámicas y espacios en los que las

personas extienden las funciones de sus mentes y sus procesos psicológicos superiores al dominio de las tecnologías. El efecto se traduce en un fenómeno en el que los seres humanos transfieren su espacio comunicacional y dinámicas sociales desde el modo cara a cara al dominio de los flujos de datos electrónicos. Lo anterior valida el por qué fue posible encontrar un nivel “alto” en la manifestación de la Dimensión Comunicativa en el contexto socio-tecnológico-cultural.

Otros estudios han investigado desde diferente enfoque la Dimensión Comunicativa en el Uso de las Redes Sociales. Bargelli (2013) en su estudio cuantitativo encontró que la comunicación por excelencia en las redes sociales se da con amigos y familiares. Otro estudio similar por parte de Vides (2011) halló que los jóvenes utilizan las redes sociales para mantener e incrementar la comunicación con amigos, familiares, compañeros de estudio y pareja. Abonando en este aspecto, la investigación de Garrigós, Mazón, Saquete, Puchol y Moreda (2010) encontró que el uso de las redes sociales permitió la mejora de la comunicación entre profesor-alumno y alumno-alumno. Por último, se encuentra la investigación cualitativa de López (2012), cuyo objetivo fue determinar las nuevas prácticas comunicativas y el significado de la mediación al utilizar una aplicación tecnológica para interactuar en las Redes Sociales; se encontró que los sujetos de estudio ponen en acción complejas y novedosas prácticas comunicativas virtuales en el desarrollo de procesos semióticos.

La manifestación de la Dimensión Cognitiva en El Uso de las Redes Sociales presentó que los sujetos de estudio expresan que “a veces”, “casi siempre” o “siempre” encuentran estrategias para resolver problemas al interactuar en las Redes Sociales. De lo anterior se deduce que las interacciones desde los otros hacia el sujeto (interacción de lo social a lo individual) estimula en alguna medida la Dimensión Cognitiva, lo cual es congruente con la la ley genética del desarrollo cultural de Vygotsky (Cubero, 2005). Además, se encontró que los sujetos de estudio coinciden en que las Redes Sociales les han permitido conocer y comprender cosas que suceden a su alrededor. Los datos anteriores se relacionan con las diferentes manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para aprender conceptualmente la realidad que lo rodea, de esta manera las personas pueden interactuar con dicha realidad y transformarla

(ACODESI, 2013;Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001). Para González y Wagenaar (2003), bajo un enfoque por competencias, la presente dimensión se relaciona con “saber conocer” y “saber entender”. Para Hernández (2002) y García (2002), en base a los planteamientos de Vygotsky, la interacción social con los otros tiene importancia fundamental para el desarrollo de la persona en lo cognitivo. Lantolf y Appel, citado por Santás y Varó (2002), expresa que la interacción con otros individuos fomenta procesos psicológicos superiores que favorecen el aprendizaje. El constructivismo sociocultural de Vygotsky expresa que los procesos psicológicos superiores forman parte del funcionamiento mental del individuo. Dichos procesos tienen su origen en lo social, en la interacción con las otras personas, en la participación del individuo en actividades culturales; las cuales contribuyen al psiquismo humano (Sántas, 2002). En la ley genética del desarrollo cultural de Vygotsky, citado por Cubero (2005), plantea que las funciones psicológicas en el desarrollo cultural aparecen en lo social, en primera instancia, a través de procesos interpsicológicos, y posteriormente en lo individual como procesos intrapsicológicos. Lo anterior justifica el hecho de encontrar la manifestación dimensional cognitiva, en términos cuantitativos, al interactuar en las Redes Sociales.

La expresión de la Dimensión Cognitiva del entorno de los sujetos de estudio presentó un nivel dimensional “medio”. Sin embargo, estos resultados difieren con respecto a otras investigaciones. Dans (2014) en su estudio de las posibilidades educativas de las redes sociales encontró que el grupo familiar y docentes de la escuela intentan acertar en el uso educativo de este entorno. Se observa que las diferencias entre estos dos estudios es con respecto a una currícula formal de un plan educativo. En esta investigación se indaga sobre lo que se aprende de manera informal o formal, de forma intencionada o no intencionada en cualquier ámbito cotidiano; sin embargo, el estudio con el que se compara se basa en una currícula formal con procesos educativos intencionados en un contexto escolar. De forma similar, el estudio de Gómez, Roses, y Farias (2012) cuyo objetivo fue conocer el uso académico de las redes sociales; se encontró que el uso general de estos es muy alto, pero el uso académico fue bajo. Con base en lo anterior se puede encontrar una nueva diferencia en donde la manifestación de la Dimensión Cognitiva se hace presente de forma

preferente en actividades lúdicas y de carácter informal.

La coincidencia de mayor manifestación de la Dimensión Cognitiva en el Uso de las Redes Sociales se puede encontrar en el estudio de Del Moral y Villalustre (2012) cuyo objetivo fue analizar el uso de las redes sociales por parte de estudiantes de Ciencias de la Educación. En esta investigación se concluyó que los estudiantes acceden a las redes sociales para afianzar y consolidar sus relaciones presenciales, y desarrollar sus actividades y prácticas formativas. En este caso el entorno para la manifestación dimensional fue favorable debido al perfil de los sujetos de estudio. Además, Torres y Carranza (2011) encontraron en su estudio que el uso de las redes sociales fue para la realización de actividades escolares, para estudiar y jugar.

Al integrar lo antes expuesto se puede observar como lo expresan Driver et al (1994), Edwards y Mercer (1987), y Valsiner (1988), citado por Cubero et al (2004), que la construcción del sujeto en cuanto a características y sus diferentes capacidades no se debe entender como un acto individual, sino como un proceso de co-construcción que se realiza con la ayuda de otras personas; es decir, la persona como individuo reconstruye, y como ser social co-construye su humanidad. De lo anterior se desprende que la manifestación de las Dimensiones del Desarrollo Humano en el Uso de las Redes Sociales son el resultado de la interacción de lo individual a lo social y viceversa.

VI. Conclusiones

- Se determinó que los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador al interactuar con los demás en las Redes Sociales, no solo interactúan en el entorno de la Dimensión Comunicativa; sino, en todo un conjunto de dimensiones.
- La manifestación de las Dimensiones del Desarrollo Humano en el Uso de las Redes Sociales por parte de los alumnos del ciclo 01-2015 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador son el resultado de la interacción de lo individual a lo social y viceversa.
- En alguna medida la interacción de los estudiantes en las Redes Sociales estimula el desarrollo de la Dimensión Corporal.
- En alguna medida la interacción de los alumnos que participaron en el estudio en las Redes Sociales favorece el desarrollo de la Dimensión Afectiva.
- En alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo de la Dimensión Espiritual.
- En alguna medida la interacción de los estudiantes en las Redes Sociales estimula el desarrollo de la Dimensión Estética.
- La interacción de lo individual a lo social en las Redes Sociales respecto a la Dimensión Estética se presenta de manera situacional. Es decir que al interactuar en las Redes Sociales una manifestación de esta dimensión puede hacerse presente, pero en otro momento una manifestación similar a la anterior en nuevo contexto puede no hacerse presente.
- En alguna medida la interacción en las Redes Sociales estimula el desarrollo general de la persona con mediación de la Dimensión Comunicativa.

- En las Redes Sociales las interacciones desde los otros hacia el sujeto (interacción de lo social a lo individual) estimula en alguna medida la Dimensión Cognitiva.
- Se determinó que la expresión de la Dimensión Corporal del entorno en el Uso de las Redes Sociales revela que las diferentes formas de manifestación desde su cuerpo o con su cuerpo no es el fin primario que persiguen los estudiantes al interactuar en las Redes Sociales en el contexto de la cultura digital. Sin embargo, es un importante tipo de expresión por parte del estudiantado.
- La Dimensión Afectiva del entorno en el Uso de las Redes Sociales indica que los estudiantes manifiestan sus sentimientos y emociones con cierta apertura en el contexto de la cultura digital.
- La Dimensión Estética del entorno en el Uso de las Redes Sociales revela que en alguna medida los estudiantes valoran y manifiestan elementos que consideran belleza al interactuar en el contexto de la cultura digital.
- La Dimensión Espiritual del entorno en el Uso de las Redes Sociales indica que las diferentes formas de manifestación de elementos relacionados con Dios o con la Biblia no es muy común en el contexto de la cultura digital. Sin embargo, es un importante tipo de expresión por parte del estudiantado.
- La Dimensión Ética del entorno en el Uso de las Redes Sociales revela baja interacción que someta de forma sustancial el esquema de valores de los individuos para la regulación de sus acciones en el contexto de la cultura digital.
- La Dimensión Sociopolítica del entorno en el Uso de las Redes Sociales indica pocas coincidencias de interacción del trabajo en comunidad para el logro de un objetivo en el contexto de la cultura digital. Sin embargo, es un importante tipo de expresión por parte del estudiantado respecto a problemáticas sociales de inseguridad pública.

- La expresión de la Dimensión Comunicativa del entorno en el Uso de las Redes Sociales muestra un nivel alto de interacción y manifestaciones dimensionales a través del lenguaje para el encuentro y negociación de significados en el contexto de la cultura digital.
- La Dimensión Cognitiva del entorno en el Uso de las Redes Sociales indica que las diferentes formas de manifestación del entorno les permite a los estudiantes en alguna medida descubrir y comprender realidades cercanas a su alrededor en el contexto de la cultura digital.

VII. Recomendaciones

La investigación actual permite aproximarse a la comprensión de las diferentes dimensiones que representan a un ser único y complejo en el contexto de las redes sociales. Se recomienda complementarlo a través de estudios en mayor profundidad de carácter cualitativo.

El estudio, desde la perspectiva cuantitativa actual, se puede profundizar con un trabajo que investigue las relaciones de las diferentes manifestaciones dimensionales.

Como continuación del presente trabajo, se puede realizar un estudio longitudinal de tendencia que tome de insumo lo desarrollado en esta investigación lo cual permitirá un mayor análisis de los cambios de las manifestaciones dimensionales de los estudiantes en el tiempo.

El presente estudio puede enriquecerse con la incorporación de nuevas manifestaciones dimensionales a partir de otros marcos teóricos de referencia.

Una investigación complementaria puede ser profundizar el análisis de la manifestación dimensional asociado con un enfoque estructural de las redes sociales.

Entre las recomendaciones específicas para la promoción del desarrollo dimensional de los estudiantes en el contexto de la presente institución educativa se identifica la necesidad de implementar un plan de formación estudiantil, en el Curso Preuniversitario, que desarrolle conciencia en los alumnos acerca de las diferentes dimensiones que conforman su humanidad. Lo anterior permitirá a la población estudiantil universitaria autorregularse, de forma intencionada, en el desarrollo integral de su persona durante el resto de su vida universitaria y cotidiana. El programa curricular de este plan de formación se describe con mayor profundidad en los documentos anexos de esta investigación.

Por otro lado, se reconoce la promoción del desarrollo dimensional de los estudiantes a través de las diferentes unidades organizativas de la universidad. Por un lado el Centro Polideportivo promociona el desarrollo de la Dimensión Corporal de la población estudiantil. Esta dimensión tiene como soporte de apoyo la Clínica de Salud para casos de crisis corporales o problemas de salud. Adicionalmente, La Cafetería puede impactar positiva o negativamente la

Dimensión Corporal de la población estudiantil; debido al tipo de alimentación que esta ofrece. El Centro de Servicio Social promueve de manera directa el desarrollo de la Dimensión Sociopolítica al brindar al estudiante la oportunidad de contacto con las diferentes realidades que existen en el país; asimismo, el Centro de Asuntos Estudiantiles le permite al alumno el contacto cercano de su realidad próxima, sobre todo durante su participación en las comunidades estudiantiles. Pastoral Universitaria promueve el desarrollo de la Dimensión Espiritual. Clínica de Asistencia Psicológica promueve el desarrollo de la Dimensión Afectiva sobre todo en contextos de crisis socioemocionales. Se encontró que las diferentes unidades antes mencionadas apoyan de manera directa la promoción del desarrollo de alguna dimensión y de manera indirecta se fortalece el desarrollo de alguna otra dimensión asociada. Sin embargo; la declaratoria de la misión de la mayoría de las unidades organizativas expuestas anteriormente no declara de manera intencionada el desarrollo dimensional de la población estudiantil; por ello se recomienda declarar formalmente la intervención de las unidades respecto al apoyo dimensional para sistematizar la planificación y los indicadores del desarrollo dimensional de forma intencionada.

La Dimensión Cognitiva se promueve de manera directa a través de la implementación de la currícula por parte del docente desde las unidades académicas de la universidad. La promoción indirecta de las otras dimensiones en el aula de clase no se desarrollan de forma intencionada. Por lo anterior se recomienda capacitar al cuerpo docente, a través de la Dirección de Desarrollo del Cuerpo Docente, respecto al marco conceptual expuesto por ACODESI (2013) u otro marco que la universidad estime conveniente, para que durante la facilitación de una asignatura se tenga claridad de la operativización de la estimulación dimensional que ellos pueden potenciar durante el desarrollo del curso académico.

Por otro lado, la universidad a nivel institucional reconoce que esta ofrece al público una formación integral; sin embargo, esta no declara a nivel operativo lo que se entiende por formación y desarrollo integral. Por ello se recomienda declarar y explicitar este aspecto, con ayuda de la Dirección de Gestión Curricular, para que las unidades académicas y de apoyo se articulen de forma sistematizada respecto a una directriz estándar.

VIII. Referencias bibliográficas

- Achaerandio, L. (2008a). *Competencias fundamentales para la vida*. Guatemala: Centro de Actualización Psicopedagógica-URL.
- Achaerandio, L. (2008b). *Introducción al tema de la "inteligencia emocional"*. Guatemala: Texto inédito.
- Achaerandio, L. (2010). *Iniciación a la práctica de la investigación*. Guatemala: Instituto de investigaciones Jurídicas.
- ACODESI (2013). *La Formación Integral y sus Dimensiones: Texto Didáctico*. Colección Propuesta Educativa No. 5.
- Austin, T. (2010). *Teoría de sistemas y sociedad*. Chile: Editorial Universidad Arturo Prat.
- Bargelli, M. (2013). *Influencia de la red social Facebook en las relaciones interpersonales en jóvenes de 13 a 18 años* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/2013/05/42/Bargelli-Mariana.pdf>
- Castells, M. (2003). *La revolución de la tecnología de la información*.
- Colás, P., González, T., y De Pablos, J. (2013). Young people and social networks: Motivations and preferred uses. *Comunicar*, 20(40), 15–23.
- Coll, C. y Onrubia, J. (2001). *Estrategias discursivas y recursos semióticos en la construcción de sistemas de significados compartidos entre profesor y alumnos*. España: Universidad de Barcelona: Revista Investigación en la Escuela.
- Cubero, R. (2005). *Perspectivas constructivistas: La intersección entre el significado, la interacción y el discurso*. Grao.
- Cubero, R. y Luque, A. (2004). *Desarrollo, Educación y Educación Escolar: la Teoría Sociocultural del Desarrollo y del Aprendizaje*. Madrid: Alianza Editorial.

- Dans, I. (2014). *Posibilidades educativas de las redes sociales* (Tesis doctoral). Universidad da Coruña, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2183/12421>
- Del Moral, M. y Villalustre, L. (2012). Presencia de los futuros maestros en las redes sociales y perspectivas de uso educativo. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 11(1), 41–51.
- Fainholc, B. (2012). *Una tecnología educativa apropiada y crítica*. Buenos Aires: Grupo editorial Lumen.
- Gallegos, R. (2013). Educación holista. *Pedagogía del amor universal*.
- García, E. (2002). *La construcción histórica de la psique*. México: Trillas.
- García, F., Portillo, J., Romo, J., y Benito, M. (2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*.
- Garrigós, I., Mazón, J., Saquete, E., Puchol, M., y Moreda, P. (2010). *La Influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2099/11859>
- Gómez, M., Roses, S., y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 19(38), 131–138.
- González, J. y Wagenaar, R. (2003). *Tuning Educational Structures in Europe. Fase uno*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- González, M. (2009). *Ciberculturales de la globalización*. Argentina: El Cid Editor.
- Hernández, G. (2002). *Paradigmas en Psicología de la Educación*. México: Paidós.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (5 ed) México: McGraw-Hill.
- Ibarrola, B. (2003). Dirigir y educar con inteligencia emocional. *Educación y Gestión*. Ponencia del VII congreso de Educación y Gestión, Madrid, noviembre 2003.

- Ivic, I. (2010). *Lev Semionovich Vygotsky*. Fundacao Joaquim Nabuco.
- Johnson, L., Adams, S., Estrada, V., y Freeman, A. (2014). *NMC Horizon Report: 2014 Higher Education Edition*. Austin, Texas, Estados Unidos: The New Media Consortium.
- Levy, P. (2007). *Ciberculturas. la cultura en la sociedad digital*. Mexico: Anthropos Editorial.
- López, A. (2012). Nuevas prácticas comunicativas en redes sociales. el uso de la aplicación grupos de facebook en una comunidad de estudiantes universitarios. *Questión*, 1(35), 328–340.
- López, M. (2013). *Aprendizaje, competencias y TIC*. México: Pearson Educación.
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Revista de Sociología*, 17(28),103–126.
- Maldonado, S. (2012). Manual práctico para el diseño de la escala likert. *Revista Xihmai*, 2(4), 1–3.
- Martínez, M. (2009). Dimensiones básicas de un desarrollo humano integral. *Polis (Santiago)*, 8(23), 119–138.
- Molina, J. L. (2004). La ciencia de las redes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 11(1), 36–42.
- Monterroso, M. (2013). *Conflictos de parejas adolescentes generados por el uso de la red social Facebook* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/2013/05/42/Monterroso-Martha.pdf>
- Morales, P. (2007). *Estadística aplicada a las ciencias sociales*. España: Universidad Pontificia Comillas.
- Morales, P. (2010). *Métodos cuantitativos en investigación*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Morales, P. (2011). *Guía para construir cuestionarios y escalas de actitudes*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*.

- Rychen, D. y Hersch, L. (2004). *Definir y seleccionar las competencias fundamentales para la vida*. México: Centro de cultura económica.
- Sahelices, C. (2013). *El consumidor activo como protagonista en el proceso de innovación: Análisis de una red social online relacionada con alimentación* (Tesis doctoral). Universidad de León. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10612/3016>
- Santás, C. y Varó, E. (2002). *La lengua, vehículo cultural multidisciplinar*. España: Ministerio de Educación.
- Santos, F. (1989). El concepto de red social. *Reis*, 48(89), 137–152.
- Senge, P. (2002). *Pensar en sistemas*. Bogotá: McGraw Hill.
- Torres, C. y Carranza, M. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje: Transformación educativa. *Revista apertura*, 3(2).
- Urch, V. y Wolf, S. (2005). *Inteligencia emocional grupal y su influencia en la efectividad del grupo*. Barcelona: Kairós.
- Vásquez, C. (2006). *Propuesta educativa de la Compañía de Jesús: fundamentos y práctica*. Asociación de Colegios Jesuitas de la Compañía de Jesús.
- Vides, M. (2011). *Relaciones interpersonales de jóvenes que utilizan las redes sociales* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/05/42/Vides-Maria/Vides-Maria.pdf>

Anexos

Anexo A: Instrumento

Ficha técnica

Nombre:

Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano.

Autor:

Lutgardo Ernesto Flores Villalobos.

Numero de ítems:

52

Descripción de ítems:

5 ítems relacionados con información demográfica.

1 ítem relacionado con los diferentes tipos de redes sociales que se encuentran disponibles en el medio.

5 ítems relacionados con el uso de las redes sociales desde la dimensión ética.

6 ítems relacionados con el uso de las redes sociales desde la dimensión espiritual.

6 ítems relacionados con el uso de las redes sociales desde la dimensión cognitiva.

6 ítems relacionados con el uso de las redes sociales desde la dimensión afectiva.

6 ítems relacionados con el uso de las redes sociales desde la dimensión comunicativa.

6 ítems relacionados con el uso de las redes sociales desde la dimensión estética.

6 ítems que evalúan el uso de las redes sociales desde la dimensión corporal.

5 ítems relacionados con el uso de las redes sociales desde la dimensión sociopolítica.

Tiempo de aplicación: De 10 a 25 minutos

Escalas de valoración:

Dimensión Corporal:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 6, 15, 21, 46, 49	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho
Ítem 10	1	2	3	4	5

Dimensión Afectiva:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 17, 29, 36, 43, 47	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Total- mente en desa- cuerdo	Un poco en desa- cuerdo	Ni en acuerdo ni en desa- cuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Ítem 25	1	2	3	4	5

Dimensión Estética:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 20, 24, 39	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho
Ítems 30, 44	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Total- mente en desa- cuerdo	Un poco en desa- cuerdo	Ni en acuerdo ni en desa- cuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Ítem 12	1	2	3	4	5

Dimensión Espiritual:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 9 ,18, 23, 27, 35	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho
Ítem 31	1	2	3	4	5

Dimensión Ética:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 13, 16, 19, 28, 40	1	2	3	4	5

Dimensión Sociopolítica:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 11, 22, 32, 37, 51	1	2	3	4	5

Dimensión Comunicativa:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 7, 41	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho
Ítem 50	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Total- mente en desa- cuerdo	Un poco en desa- cuerdo	Ni en acuerdo ni en desa- cuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Ítems 14, 26, 45	1	2	3	4	5

Dimensión Cognitiva:

Clave de corrección	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ítems 8, 34, 38, 42, 48	1	2	3	4	5

Clave de corrección	Total- mente en desa- cuerdo	Un poco en desa- cuerdo	Ni en acuerdo ni en desa- cuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Ítem 33	1	2	3	4	5

Para la presente investigación se realizó una revisión de instrumentos de antecedentes previos o tesis relacionadas; sin embargo, ninguno de los documentos consultados se adaptó al enfoque y especificidad de esta investigación. Por ello se desarrolló un cuestionario a la medida elaborado por el investigador. Su fin es conocer las expresiones dimensionales del desarrollo humano en el uso de las redes sociales de los alumnos de nuevo ingreso al ciclo 01-2015 de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador.

Las expresiones dimensionales del desarrollo humano se entienden para el presente estudio como las diferentes formas de uso de las redes sociales desde los planteamientos de ACODESI (2013). Por ello se pretende observar y registrar, a través de un cuestionario cerrado, como se manifiesta la dimensión ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal y sociopolítica al estar inmersos en el contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales.

El cuestionario elaborado se encuentra dividido en 10 secciones. Las primeras dos secciones plantean enunciados con respuestas de selección múltiple. Las últimas 8 secciones representa cada aspecto dimensional de la forma de uso de las redes sociales a través de escalas tipo Likert.

Las diferentes secciones del instrumento relacionados a la dimensiones del desarrollo humano en el contexto de las redes sociales fueron diseñadas tomando en cuenta la definición conceptual y operativa de las variables de estudio. Además, se tomó en cuenta, en el proceso de construcción de los elementos y escalas, la estrategia “definición ” y “retrato robot” (Morales, 2011, pp. 52).

La estrategia del retrato robot se implementó buscando en las redes sociales diferentes personas que expresaran, en este medio, de manera intensa la manifestación de alguna dimensión del desarrollo humano, ya que solo de esta manera este fenómeno podía ser lo suficientemente observable para luego aplicar un análisis al respecto. Luego en base a este retrato concreto se hizo un análisis cualitativo que permitió crear diferentes ítems y sus escalas respectivas en formato cerrado.

Los indicadores de este instrumento son:

Indicador	Ítems
Dimensión corporal	6, 10,15, 21,46, 49
Dimensión afectiva	17, 25,29,36, 43,47
Dimensión estética	12, 20, 24, 30,39,44
Dimensión espiritual	9 ,18, 23, 27, 31, 35
Dimensión ética	13, 16, 19, 28, 40

Indicador	Ítems
Dimensión sociopolítica	11, 22, 32, 37, 51
Dimensión comunicativa	7, 14, 26, 41, 45, 50
Dimensión cognitiva	8, 33, 34, 38, 42, 48

La manera de calificar el cuestionario es contando las respuestas en función de las escalas de 1 a 5, en donde un puntaje alto en una dimensión indica una mayor manifestación al interactuar con las Redes Sociales en el contexto socio-tecnológico-cultural.

La sección “dimensión corporal” fue elaborada a partir del retrato robot de 4 personas. Está compuesto por dos subsecciones, de la cual la primera contiene 5 elementos de acción- recepción dimensional y la segunda posee 1 ítem de opinión.

La sección “dimensión afectiva” contó para su elaboración el retrato robot de 4 personas diferentes. Esta posee dos subsecciones, de la cual la primera contiene 5 elementos de acción- recepción dimensional y la segunda posee 1 ítem de opinión.

La sección “dimensión estética” se concretó a partir del retrato robot de 1 persona. Esta posee dos subsecciones; la primera tiene 5 elementos de acción-recepción dimensional y la segunda posee 1 ítem de opinión.

La sección “dimensión espiritual” tomó en cuenta el retrato robot de 2 personas. Se formularon dos subsecciones; de la cual la primera tiene 5 elementos de acción-recepción dimensional y la segunda posee 1 ítem de opinión.

La sección “dimensión ética” se apoyó sobre todo en la definición conceptual de la dimensión, ya que no fue posible encontrar el retrato robot de una persona que manifestara con intensidad esta. Se formularon 5 elementos de acción-recepción dimensional.

La sección “dimensión sociopolítica” utilizó el retrato robot de 5 personas. Se formularon 5 elementos de acción-recepción dimensional.

La sección “dimensión comunicativa” tomó en cuenta el retrato robot de 6 personas y la definición conceptual de la misma. Se formularon dos subsecciones; en la primera se cuenta con 3 elementos de acción-recepción dimensional, y la segunda cuenta con 3 ítems de opinión.

La sección “dimensión cognitiva” se apoyó sobre todo en la definición conceptual de la dimensión. Se formularon dos subsecciones; en la primera se cuenta con 5 elementos de acción-recepción dimensional, y la segunda cuenta con 1 ítem de opinión.

El presente instrumento tiene como eje transversal un marco de análisis. Esta consiste en categorizar cada pregunta del instrumento en emisión, recepción y autopercepción dimensional. La emisión y recepción dimensional tiene como sustento la interacción de lo individual a lo social y viceversa fundamentado por el contexto socio-tecnológico-cultural.

Cuestionario sobre

Uso de las Redes Sociales según las Dimensiones del Desarrollo Humano

Indicaciones:

Este cuestionario presenta una serie de elementos que tienen que ver con las diferentes formas y usos de las Redes Sociales.

En esta encuesta no existen respuestas buenas ni malas, por lo tanto es muy importante que responda a cada pregunta con toda sinceridad..

Por favor elija la respuesta más apropiada para cada pregunta.

Responda por favor a todas las preguntas.

Este cuestionario es anónimo.

Información General

1. Edad:

2. Sexo: Mujer Hombre

3. Carrera a la que pertenece:

4. Sección de la asignatura inscrita:

Redes Sociales:

Son sistemas y procesos sociales que se desarrollan en el contexto socio-tecnológico-cultural (Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo las Redes Sociales son comunidades o grupos de personas que interactúan entre sí mediante el uso de la tecnología. Estas tecnologías se concretan en aplicaciones de la Web 2.0.

6. ¿Cuáles aplicaciones de Redes Sociales utilizas?

(Marque todas las opciones que correspondan)

<input type="checkbox"/>	Facebook
<input type="checkbox"/>	Twitter
<input type="checkbox"/>	Youtube
<input type="checkbox"/>	Google+
<input type="checkbox"/>	Instagram
<input type="checkbox"/>	WhatsApp
<input type="checkbox"/>	BlackBerry Messenger
<input type="checkbox"/>	Yahoo messenger
<input type="checkbox"/>	Reddit
<input type="checkbox"/>	Line
<input type="checkbox"/>	Otros

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Corporal:

Se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales, en el cual las personas como seres corpóreos se manifiestan con su cuerpo y desde su cuerpo, son presencia para el otro y participan en procesos de formación y de desarrollo físico y motriz (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomó en cuenta acciones de expresión y recepción vinculado al desarrollo físico, motriz y manifestación corpórea dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales; así como elementos de autopercepción dimensional. Dichas acciones se entiende que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios de dicha cultura digital.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
6. Publico fotos o videos de mi persona para que muestren mi identidad o presencia en las Redes Sociales						Emisión de expresión dimensional
15. Animo a mis amigos (o contactos) en las Redes Sociales por medio de mensajes, fotos o vídeos para que fortalezcan su condición física.						Emisión de expresión dimensional
21. Sigo en las Redes Sociales las actividades de un(a) deportista o modelo fisicoculturista para que me inspire a fortalecer mi condición física.						Recepción de expresión dimensional

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
46. Comparto en las Redes Sociales mis actividades de competición física, deportivas o acondicionamiento físico.						Emisión de expresión dimensional
49. Me siento influenciado(a) a desarrollar una actividad física o deportiva cuando mis contactos comparten en las Redes Sociales sus logros en este tipo de actividades.						Recepción de expresión dimensional

	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
10. Ha influido el ambiente que se vive en las Redes Sociales (amigos, familiares u otros contactos) para estimular directa o indirectamente el desarrollo de mi condición física.						Auto-percepción dimensional

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Afectiva:

Se entiende como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para relacionarse con los demás y consigo mismo; de expresar sus sentimientos, emociones y sexualidad, con miras a desarrollarse como ser social (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomarán en cuenta acciones de expresión y recepción de sentimientos de odio, soledad, felicidad, frustración, seguridad, entre otros dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales. Así como elementos de autopercepción dimensional dentro del contexto de la cultura digital y de las redes sociales. Dichas acciones se entiende que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios de dicha cultura digital.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
17. Percibo el estado de ánimo de otras personas en base a los contenidos que comparten en las Redes Sociales.						Recepción de expresión dimensional
29. Expreso contenido (texto, audio, video) que refleja mi enojo, molestia u odio en las Redes Sociales.						Emisión de expresión dimensional
36. Expreso mi alegría o felicidad en las Redes Sociales.						Emisión de expresión dimensional

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
43. Me confortan los mensajes de reflexión que publican mis amigos o contactos en las Redes Sociales.						Recepción de expresión dimensional
47. Felicito en las Redes Sociales a mis amigos, familiares o contactos cuando cumplen años.						Emisión de expresión dimensional

	Totalmente en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
25. Las Redes Sociales me permiten expresar mis sentimientos y emociones.						Auto-percepción dimensional

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Estética:

Se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para interactuar con el mundo y consigo mismo desde su propia sensibilidad para apreciar la belleza y expresarla de diferentes maneras (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomarán en cuenta acciones de expresión y recepción relacionadas con la belleza dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales. Entre las formas de belleza consideradas se encuentran aquellas relacionadas al arte; entre las cuales se puede mencionar la pintura, escultura, arquitectura y la música. Además, se consideran otros elementos tales como la poesía, virtudes, ornamentación, y la moda. También, se toma en cuenta la autopercepción dimensional dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales. Dichas acciones se entiende que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios de dicha cultura digital.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
20. Cambio formato a mis mensajes (color, tamaño, aspecto o apariencia) para que estos sean llamativos en las Redes Sociales.						Emisión de expresión dimensional
24. Comparto contenido (texto, fotos o videos) en las Redes Sociales relacionados con las bellas artes (pintura, escultura, arquitectura o música).						Emisión de expresión dimensional
39. Comparto poesía en las Redes Sociales.						Emisión de expresión dimensional

	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
30. Valoro aquellos contenidos en las Redes Sociales que comparten mis amigos (o contactos) relacionados con la decoración de casas, carros, jardín o de cualquier otro tipo de decoración.						Recepción de expresión dimensional
44. Disfruto en las Redes Sociales de aquellos contenidos relacionados con la mejora de la apariencia personal (ropa, zapatos, perfumes u otros similares).						Recepción de expresión dimensional

	Totalmente en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni en ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
12. Las Redes Sociales me permiten apreciar lo "chivo" (chido) de las cosas.						Auto-percepción dimensional

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Espiritual:

Se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para trascender su existencia, para contactarse con Dios y dar sentido a su propia vida (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomarán en cuenta acciones de expresión y recepción vinculado a la religión, iglesia, la fe, la Biblia, entre otros dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales. Dichas acciones se entiende que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios del contexto de la cultura digital y de las redes sociales.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
9. En las Redes Sociales respondo con comentarios o "Like" cuando otra persona comparte una alabanza a Dios.						Emisión de expresión dimensional
18. Comparto en las Redes Sociales reflexiones personales acerca de Dios.						Emisión de expresión dimensional
23. Comparto en las Redes Sociales citas de la Biblia.						Emisión de expresión dimensional
27. Recibo en las Redes Sociales contenido de tipo religioso.						Recepción de expresión dimensional

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
35. Recibo fotos (o videos) en las Redes Sociales de las experiencias religiosas (retiros espirituales, campamentos u otros) de mis amigos o contactos.						Recepción de expresión dimensional

	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
31. La influencia de contenido, mensajes o actividades religiosas difundidas dentro de las Redes Sociales me ha permitido crecer espiritualmente.						Recepción de expresión dimensional

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Ética:

Se entiende como las manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales respecto a la toma de decisiones con base en valores para luego realizar acciones de las cuales debe asumir las consecuencias y responsabilidades (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomarán en cuenta acciones de expresión y recepción relacionado con posturas de pensamiento y reflexión sobre lo que se considera correcto o incorrecto individual y socialmente dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen la redes sociales. Dichas acciones se entiende que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios del contexto de la cultura digital y de las redes sociales. Esta dimensión se refleja en el indicador Dimensión ética del “Cuestionario sobre el uso de las redes sociales según las dimensiones del desarrollo humano”. Este indicador es el resultado de calificar el cuestionario contando las respuestas en función de las escalas asociadas a este, en donde un punteo alto representa una mayor expresión dimensional manifestada en este contexto.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
13. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre relaciones sexuales antes del matrimonio y asumo la responsabilidad al respecto.						Emisión de expresión dimensional
16. Recibo contenido en las Redes Sociales que es considerado correcto por otras personas, pero incorrecto desde mi punto de vista.						Recepción de expresión dimensional

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
19. Recibo en las Redes Sociales contenido que a mi parecer es correcto, pero que otros consideran inaceptable.						Recepción de expresión dimensional
28. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre lo que considero correcto o incorrecto (prostitución, guerras u otros).						Emisión de expresión dimensional
40. Expreso en las Redes Sociales, de forma privada o pública, mi punto de vista sobre la tortura de animales.						Emisión de expresión dimensional

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Sociopolítica:

Se entiende como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para vivir “entre” y “con” otros, de tal manera que las personas pueden transformarse y transformar el entorno en el que se encuentran inmersos (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomarán en cuenta acciones de expresión y recepción vinculadas al civismo, patriotismo, activismo político, activismo electoral, entre otros dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales. Dichas acciones se entiende que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios de la cultura digital.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
11. Difundo contenido en las Redes Sociales acerca de los problemas que vive mi comunidad (problemas de agua, recolección de basura, chikungunya u otros).						Emisión de expresión dimensional
22. Recibo en las Redes Sociales contenido acerca de temas electorales (elección de alcalde, diputado, presidente).						Recepción de expresión dimensional
32. Denuncio en las Redes Sociales el irrespeto de mis derechos ciudadanos (causado por un vecino, la policía, un negocio o cualquier otro).						Emisión de expresión dimensional
37. Recibo contenidos en las Redes Sociales acerca de problemas de inseguridad en el país.						Recepción de expresión dimensional
51. Expreso en las Redes Sociales mi simpatía, rechazo o indiferencia por la política.						Emisión de expresión dimensional

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Comunicativa:

Se entiende como las manifestaciones de las personas en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales, las cuales les permiten encontrar significados y representarlos a través del lenguaje para interactuar con otros (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomarán en cuenta las percepciones en el desarrollo de habilidades comunicativas, acciones relacionados con los significados de los mensajes y reflexiones sobre los canales de comunicación dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen las redes sociales. Dichas acciones se entiende que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios de dicha cultura digital.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
7. Utilizo las Redes Sociales con la finalidad que mis mensajes se distribuyan entre mis amigos, familiares y demás contactos						Emisión de expresión dimensional
41. Reflexiono sobre lo que es real o falso de los diferentes contenidos o cosas que recibo u observo en las Redes Sociales						Recepción de expresión dimensional

	Nada	Casi nada	Poco	Casi mucho	Mucho	Marco de análisis
50. Percibo que la comunicación con mis amigos(as) ha mejorado debido al entorno de las Redes Sociales.						Auto-percepción dimensional

	Total- mente en desa- cuerdo	Un poco en desa- cuerdo	Ni en acuerdo ni en desa- cuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
14. Las Redes Sociales me permiten conocer chambres (o noticias) de último momento.						Auto- percep- ción y recep- ción dimen- sional
26. Los mensajes que encuentro en las Redes Sociales me ayudan a crecer como persona.						Recep- ción de expre- sión dimen- sional
45. Las Redes Sociales me permiten estar comunicado con muchas y diferentes personas.						Auto- percep- ción dimen- sional

Uso de las redes sociales para la expresión de la Dimensión Cognitiva:

Se entiende como las diferentes manifestaciones del ser humano en el contexto socio-tecnológico-cultural de las redes sociales para aprender conceptualmente la realidad que lo rodea. De esta manera las personas pueden interactuar con dicha realidad y transformarla (ACODESI, 2013; Hernández, 2002; Levy, 2007; Coll y Onrubia, 2001).

A nivel operativo para considerar la forma de uso relacionado a esta dimensión, se tomarán en cuenta percepciones en el desarrollo de habilidades cognitivas, acciones relacionadas con el desarrollo del conocimiento estratégico, procedimental y actitudinal, y la realización de acciones para la resolución de problemas, y acciones educativas formales, informales y no formales dentro del contexto socio-tecnológico-cultural que proveen la redes sociales. Dichas acciones se entiende

que son observables a través del sistema de símbolos y signos propios del contexto de la cultura digital y de las redes sociales.

Con frecuencia:	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Marco de análisis
8. He utilizado videos publicados en las Redes Sociales (por ejemplo en YouTube.com) para resolver problemas cotidianos (del hogar, trabajo, escuela)						Recepción de expresión dimensional
34. He encontrado, al interactuar en las Redes Sociales, nuevas estrategias que me permiten resolver problemas cotidianos (del trabajo, escuela u hogar).						Recepción de expresión dimensional
38. Me han apoyado en las Redes Sociales para resolver tareas simples (de la escuela , trabajo, hogar) .						Recepción de expresión dimensional
42. He aclarado el significado de alguna palabra al interactuar en las Redes Sociales.						Auto-percepción dimensional
48. He descubierto nuevas realidades, del mundo que me rodea, debido a mi interacción con las Redes Sociales.						Auto-percepción dimensional

	Total- mente en desa- cuerdo	Un poco en desa- cuerdo	Ni en acuerdo ni en desa- cuerdo	Un poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Marco de análisis
33. Las Redes Sociales me han permitido conocer y comprender cosas que suceden a mi alrededor.						Auto- percep- ción dimen- sional

Anexo B: Plan de formación

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA “JOSÉ SIMEÓN CAÑAS”

Programa del Curso

El Desarrollo Integral.

Modalidad Presencial

Duración en semanas: 5

Duración en horas: 50

Unidades Valorativas: 2

Descripción:

El presente curso propone como punto principal crear conciencia y sensibilización en el estudiante universitario respecto a todas las dimensiones de su persona. Para ello se aborda en primera instancia los fundamentos teóricos de las corrientes humanitarias del desarrollo integral, posteriormente se reflexiona sobre el desarrollo pluridimensional del participante, luego se plantea la diversidad de unidades de apoyo que ofrece la universidad para potenciar su desarrollo y por último se lleva a la práctica las manifestaciones dimensionales de su persona.

Competencias:

El estudiante tenga claridad de la importancia de formar intencionalmente las diferentes dimensiones de su persona y las consecuencias negativas que pueda tener para sí mismo, y los demás, la existencia de desequilibrios importantes en alguno de ellos y el efecto en cascada que este provoca sobre las otras dimensiones. Lo anterior le permitirá a la persona autorregularse en el desarrollo dimensional de su persona durante su vida universitaria y cotidiana.

Objetivo:

Promover el encuentro intencionado del alumno consigo mismo y sus diferentes dimensiones de desarrollo.

Requisitos:

El presente programa se encuentra orientado para la población de aspirantes universitarios o estudiantes de nuevo ingreso, que inician o se encuentran próximos a iniciar su vida universitaria.

Contenidos:

Unidad I: Marco conceptual.

Las Dimensiones de Desarrollo Humano.

Metodología:

El presente curso se desarrolla a través de un aprendizaje sentido. Lo anterior quiere decir que el curso está planteado para vivir una experiencia educativa real desde los planteamientos teóricos y reflexionar en base a la realidad del estudiante. En ella se pretende por un lado que el participante se redescubra así mismo como ser complejo para que se desarrolle de forma plena. Por otro lado, reutilizar la experiencia de vida, mencionada anteriormente, como insumo para la reflexión y el debate.

Proceso de evaluación:

La evaluación será continua, a través de la heteroevaluación y autoevaluación de las diferentes actividades de aprendizaje.

Actividades de aprendizaje:

- Estudio de casos
- Foros educativos
- Talleres de aplicación
- Textos de reflexión

Cronograma:

Semana	Temáticas y prácticas
1	La Dimensión Corporal
2	La Dimensión Ética
	La Dimensión Espiritual
3	La Dimensión Cognitiva
	La Dimensión Comunicativa
4	La Dimensión Afectiva
	La Dimensión Sociopolítica
5	La Dimensión Estética

Bibliografía:

- Achaerandio, L. (2008a). *Competencias fundamentales para la vida*. Guatemala: Centro de Actualización Psicopedagógica-URL.
- Achaerandio, L. (2008b). *Introducción al tema de la "inteligencia emocional"*. Guatemala: Texto inédito.
- ACODESI (2006). *La Formación Integral y sus Dimensiones: Texto Didáctico*. Colección Propuesta Educativa No. 5.
- Gallegos, R. (2013). Educación holista. *Pedagogía del amor universal*.
- Ibarrola, B. (2003). Dirigir y educar con inteligencia emocional. *Educación y Gestión*. Ponencia del VII congreso de Educación y Gestión, Madrid, noviembre 2003.

Martínez, M. (2009). Dimensiones básicas de un desarrollo humano integral. *Polis (Santiago)*, 8(23), 119–138.