
EFFECTOS PSICOSOCIALES DEL USO DE FACEBOOK EN LA AUTOIMAGEN Y HABILIDADES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

PSYCHOSOCIAL EFFECTS OF THE USE OF FACEBOOK IN THE
SELF-IMAGE AND SOCIAL SKILLS OF UNIVERSITY STUDENTS

Recepción: 23-04-2019

Aceptado: 07-08-2019

DRA. SIU FONG ACÓN ARAYA
BACH.SOFÍA BALLARD ECHEVERRÍ
BACH. FABRICIO MONTERO PIZARRO
BACH.MARIELA ROMERO ARMAS

Universidad Latina de Costa Rica
San José, Costa Rica

Acón, S., Ballard, S., Montero, F. y Romero, M. (2019).

Efectos psicosociales del uso de Facebook en la autoimagen y habilidades sociales en estudiantes
universitarios. Pro Veritatem 5 (5), pp. 52- 67

Resumen

El objetivo de la investigación fue analizar los efectos psicosociales del uso de Facebook y su relación con habilidades sociales, en un grupo de estudiantes universitarios. La investigación, con enfoque cuantitativo, se realizó mediante un diseño de tipo no experimental, transversal, con grupos naturales y medición del efecto, aleatoriamente, de las aplicaciones de esta red social. Los resultados sugieren que 87,7% de los participantes, utiliza Facebook, seguido por Instagram, con 72,3% y en tercera posición, se encuentra Snapchat, con un 67,7%. El 47,7% de los participantes presenta un sobre uso de Facebook, con más de 3 horas de uso diario. Esto evidencia que las habilidades sociales de los estudiantes se pueden ver impactadas, ya que muchos consideran que destrezas como saber escuchar, dar opiniones y establecer relaciones nuevas se ven influenciadas por el uso de esta red social.

Palabras Clave: Redes sociales, Facebook, autoestima, habilidades sociales, uso y abuso.

Abstract

The objective of this research was to analyze the psychosocial effects of the use of the social network Facebook, on the social skills of a group of university students. The research had a quantitative approach and was carried out through a non-experimental, transversal design, which worked with natural groups, and measured the random effect of the applications of this social network. The results of the research yielded that 87,7% of the participants used Facebook. Instagram was the second most preferred social network, with 72,3% of the respondents. Snapchat was the third social network with a 67,7% of participants use. The results at a costarican university showed that 47.7% of the student population overused Facebook for more than three hours daily. This evidences a negative impact of the student social skills, many of them believe that skills such as listening, giving opinions, and establishing new relationships are influenced by the use of this social network.

Keywords: Social networks, Facebook, self-esteem, social skills, use and abuse.

Introducción

Las redes sociales son de gran uso, en la actualidad, por parte de la población mundial y han figurado como plataformas virtuales que contienen información relacionada con cada individuo más que un medio para socializar y establecer nuevos vínculos (Peral, Arenas y Villarejo, 2015).

Por esto, la ciudadanía, apuesta por una conexión permanente y constante a Internet, desde su móvil u otros medios electrónicos, que le permita mantenerse conectada y aprovechando todas las herramientas que la red de redes ofrece (Abarca, 2013).

De esta manera, el contacto, uno a uno, se va limitando a la comunicación escrita, preferiblemente la mensajería instantánea (Schwarz, 2011).

Por consiguiente, la conectividad ha sobrepasado la necesidad de operatividad funcional (GPS, email y otros). Esto ha evolucionado hacia la necesidad de la interacción en redes sociales, sean del entorno personal, laboral o de intereses comunes, y hacia programas de pago, prepago y otras nuevas formas de convertir el móvil en un *gadget*, en lo más universal y práctico posible (Morales, 2012).

Lo anterior permite comprender cómo se empieza a desarrollar dependencia de las tecnologías, desde hace algunos años, al punto de la necesidad de conectarse, de forma activa con

los demás, pero con el riesgo de ser receptor de información falsa, en lugar de interactuar con la persona en la realidad e ir descubriendo aspectos nuevos de ella sin mediar en esta relación (personal, laboral), un recurso virtual.

El uso de redes sociales ha sido para dar a conocer temas de privacidad como información personal. Sin embargo, hay personas que utilizan estos medios también para comunicar información importante que se puede utilizar para fines no deseados (Cáceres, Ruiz, San Román, y Brändle, 2009).

Las redes sociales manejan estratégicamente la información personal y la privacidad de sus usuarios. Un ejemplo de esto se puede evidenciar con adolescentes que inmolan parte de su privacidad, a cambio de la popularidad y prestigio que obtienen al ser reconocidos por los demás, en la identidad idealizada que presentan de sí mismos (Crescenzi, Araña y Tortajada, 2013).

Esta privación de la privacidad puede generar una identidad idealizada de popularidad o *likes*, con el fin de llegar a sentirse aceptado en algún grupo social, lo cual puede favorecer a la distorsión de la autoimagen de la persona (Crescenzi, Araña y Tortajada, 2013).

Esta investigación se planteó, con el fin de conocer las opiniones de estudiantes universitarios, en relación con el uso de las redes sociales dentro de la vida estudiantil y sobre su vinculación con las habilidades sociales.

El tema es pertinente porque se centra en las problemáticas de las redes sociales, que los jóvenes estudiantes utilizan como medio de comunicación y manera de difundir datos personales, cuando se puede usar como herramienta para el campo académico, teniendo en cuenta la confiabilidad de la información, estrategias pedagógicas oportunas y la privacidad de cada usuario. (Vidal, Martínez, Fortuño, y Cervera, 2011).

Se establecieron los siguientes objetivos de investigación:

- Estimar la importancia que le otorgan los estudiantes de la Universidad Latina a la autoimagen en relación con las redes sociales, específicamente Facebook.
- Contrastar las habilidades sociales y la baja autoestima en relación con la adicción a Facebook
- Identificar los efectos psicosociales relacionados con el uso y el abuso de las redes sociales en los estudiantes de la Universidad Latina.

Se utilizó el siguiente cuestionamiento: ¿Cuáles efectos psicosociales del uso de Facebook en la autoimagen y habilidades sociales en estudiantes universitarios?

Red Social: Facebook

La red social Facebook fue fundada, en el 2004, por un grupo de estudiantes, para ser utilizada dentro de la universidad de Harvard. Su aplicación se extendió a más de 2.000 uni-

versidades y colegios en Estados Unidos, a mediados del 2005, de modo que 22.000 organizaciones comerciales se unieron a esta red. El sitio contaba, en agosto de 2007, con 22 millones de usuarios y 15 mil millones de visitas (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Facebook, como otras redes sociales, permite a los usuarios crear perfiles personalizados que incluyen información como la educación, el sexo, la edad, sus gustos y preferencias, entre otros. Los usuarios pueden escribir y poner mensajes en los muros de sus contactos, subir fotos y etiquetar las personas en las fotos, además de incluir videos y canciones. No hay un límite establecido de contactos, se puede agregar a personas conocidas como familiares y amigos; también se puede agregar a personas que están en otros países y no conocen (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Por otra parte, la comunicación por las redes sociales tiene cuatro características fundamentales que la diferencian de las habilidades sociales que se desarrollan por interacciones cara a cara (Salas, 2013). La primera es que mediante el internet se mantiene el anonimato, que da la posibilidad de ser otra persona o esconder la verdadera identidad.

La segunda característica versa sobre una comunicación sin los gestos de comunicación no verbal, visual ni auditiva. La tercera es el distanciamiento físico, pues no se limita a la dimensión geográfica. La última es el tiempo, porque permite una comunicación en tiempo real

o retardar respuestas (Arancibia, 1997; Fredes, 1998 citados por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Autoimagen y autoestima

La autoimagen es la representación para designar aquella imagen que alguien tiene de sí mismo o la imagen mental que uno tiene sobre el propio aspecto.(Robles, 2015).

Un estudio, realizado por la Universidad Americana ubicada en Washington D.C, en el que participaron 103 jóvenes entre los 12 a 18 años, demostró que no influye tanto las horas de utilización de la red social (Facebook), sino el tiempo invertido en tomarse las fotos. Esto se asocia con la idealización de la delgadez o con la imagen que quieren dar en la red social (Cardona, 2015).

La autoestima es un indicador del desarrollo personal basado en la valoración, positiva, negativa o neutra, que cada uno hace de sus propias características sean cognitivas, físicas o psicológicas (Espinar y González, 2009).

Esta valoración se construye a partir de la opinión que cada persona tiene sobre sí misma, así como de los atributos y significados, que le otorgan a estas características. Este criterio es formado por cada individuo a partir de cómo y cuánto lo valoran quienes lo rodean y todos aquellos que son importantes para la persona. (Arancibia, 1997; Fredes, 1998 citados por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Habilidades Sociales

Las habilidades o competencias sociales constituyen una medida sumativa del rendimiento social de la persona, con respecto a las interacciones con pares y adultos en distintos contextos. (Gresham, 1986; McConnell y Odom, 1986 citados por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Se llevó a cabo un estudio, en el 2008 con 1012 adolescentes (con 582 mujeres y 430 hombres), estudiantes de nivel secundario de la provincia de Granada, España, con el fin de analizar diversos factores asociados con la ansiedad y la fobia social.

Los resultados concluyeron que la ansiedad social estaba asociada directamente con la realización de actividades deportivas, amistad íntima, participación con amigos y el hecho de hacer las cosas por sí mismo. De igual manera, se constató que las personas que no efectuaban alguna de estas actividades presentan una ansiedad social mayor. (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Se utilizaron habilidades sociales como saber escuchar, saber opinar, establecer nuevas relaciones, liderazgo, resolución de conflictos y expresar sentimientos, debido a que las interacciones en la red social permiten la influencia de muchos individuos sobre la persona que lo está utilizando.

Saber escuchar se enfoca en determinar si utilizar Facebook afecta la interacción en físico, es decir si el sujeto deja de prestar atención.

Saber opinar porque la interacción con otras personas, por ende, otras opiniones puede influir en el pensamiento o juicio, provocando que se cambie de percepción o se mantenga, con respecto a establecer nuevas relaciones; puesto que en Facebook es más fácil contactar con un alguien al solo agregarlo como amigo o mandar un mensaje. El liderazgo se considera debido a que hay sujetos que, al hacer una publicación, se vuelven líderes de un pequeño movimiento o pensamiento que la defiende.

La resolución de conflictos se toma en cuenta, debido a que muchas publicaciones generan polémica y, por lo general, las personas no resuelven sus conflictos en esta red social

Por último, se tomó en cuenta la expresión de sentimientos, debido a que muchos sujetos utilizan las publicaciones para externar las emociones que no pueden hacer públicas o de forma física.

Se consideraron las habilidades sociales que se presentan de manera cotidiana, en el uso de las redes. (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Uso y abuso de las redes sociales

La adicción, en cualquiera de las dimensiones, es vista socialmente como algo vergonzoso, que debe rechazarse. La crítica social

hace caso omiso de la dependencia, la tolerancia y el síndrome de abstinencia, en razón del valor atribuido socialmente a la voluntad (García, Del Hoyo y Hurtado, 2013).

El uso y abuso de las redes sociales y, en general, de la Internet empieza, cuando la vida de la persona se centra en estar dentro de la red social o de la Internet. Es decir, cuando este medio de recreación e interacción social, pasa a ser lo principal en la vida de una persona, al punto de dejar de lado las actividades sociales. De modo que, el funcionamiento de su vida cotidiana llega a verse afectada al presentarse problemas laborales, personales o académicos.

El uso excesivo de las redes sociales puede tener fuertes consecuencias físicas y emocionales. Por ejemplo, en algunos de los casos, se han presentado síntomas como: molestias en los ojos, fatiga visual, enrojecimiento, visión borrosa y hasta dolores de cabeza. (Hodelín, De los Reyes, Hurtado y Batista, 2016).

Asimismo, se han manifestado alteraciones en el comportamiento asociadas con el uso excesivo de la red, tales como sentimientos de culpa, deseo intenso de estar o continuar conectado a ella; pérdida de control en relación con las horas de uso y en las actividades del día (Gómez, Roses y Farias, 2012).

Esto ha abierto un debate sobre una posible “adicción a Internet” (“Trastorno de adicción a Internet”, “Uso patológico de Internet”, “Uso excesivo de Internet”, “Uso problemático

de Internet”, “Uso compulsivo de Internet”), referido a situaciones en las que el uso de la web puede afectar a diferentes ámbitos de la vida del sujeto. (Widyanto y Griffiths, 2006, citados por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Jiménez y Pantoja (2007) llevaron a cabo un estudio acerca de la relación entre la autoestima y las relaciones interpersonales de sujetos adictos a Internet. Encontraron que los sujetos adictos presentaban niveles medios y bajos de autoestima.

Por el contrario, los niveles del grupo de no adictos eran elevados, lo que las autoras atribuyen al hecho de tener la capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, tener actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos, así como receptividad a las relaciones e intercambios con los demás.

Una de las conclusiones de este trabajo es que las personas que presentaban bajos niveles de autoestima tendían a ser más propensas a desarrollar adicción a Internet y, a su vez, presentaban menos recursos psíquicos disponibles.

Por lo tanto, mientras más bajos fueran estos, mayor era la dificultad para establecer relaciones interpersonales significativas, por consiguiente, mayores también la tendencia a la depresión y el suicidio.

En resumen, los sujetos que reportaron un uso excesivo de las redes sociales (más de 3 horas diarias) demostraron menor capacidad

de mantener el control de su propia conducta y menor habilidad para soportar aumentos en su tensión psicológica.

Los sujetos con usos de las redes sociales entre las 2 y 3 horas diarias se reflejaron más equilibrio y lograban mayor autocontrol, cuando debían hacer frente a elementos estresantes. (Jiménez y Pantoja, 2007).

El 50% de los sujetos con sobre uso de las redes sociales tenían mayor número de ausencia de habilidades de sociales, debido a lo cual debían lidiar con mayor dificultad para manejarse ante la complejidad de la vida cotidiana, así como de manejar sus recursos internos (Jiménez y Pantoja, 2007).

Se considera que la depresión es consecuencia de la dificultad para establecer relaciones interpersonales y es causa de una baja autoestima. Se descubrió que las personas no creían que el uso de Internet aumentara su estado de soledad o depresión, sino más bien lo contrario.

Los datos que obtuvieron McKenna et al. (1999) citados por Moral (2001), les permitieron determinar que el nivel de soledad había disminuido en el 51% de los sujetos, 43% no había experimentado efectos sobre la soledad y únicamente 6% se sintieron más solos como consecuencia del uso de Internet.

Método

El enfoque de la investigación fue cuanti-

tativo no experimental, transversal y descriptivo, debido a la naturaleza del proyecto, para el cual era necesario obtener resultados cuantificables y medibles para obtener conclusiones sobre la utilización de Facebook y su posible afectación a la vida personal. Esto permitió la generalización de resultados, además de posibilitar la exposición de estadísticas a partir de los datos obtenidos.

El eje central de la investigación fue el uso de Facebook y su posible relación con las habilidades sociales.

Se hizo el análisis con enfoque cuantitativo, el cual permitió un mejor abordaje al tema, aportando la posibilidad de poder medir la influencia social de Facebook en estudiantes universitarios y la afectación que produce en las dimensiones de interés. Además, el alcance de la investigación fue explicativo, pues describe y explica el fenómeno de las redes sociales.

Se empleó un instrumento elaborado por los investigadores del estudio, para la recolección de datos, el cual consistió en un cuestionario de 3 partes, que incluyó: datos personales (edad y sexo), información sobre el uso de redes sociales (frecuencia, dispositivo y lugar de ingreso) y habilidades sociales. Este instrumento se aplicó en formato físico a los participantes de la investigación.

Una primera variable de estudio fue la utilización de Facebook. Su revisión tomó en cuenta el acceso a esta red social en comparación con

otras, además del tiempo que se le dedica y el lugar de ingreso. La información que se presenta en los próximos apartados fue obtenida de la segunda parte del instrumento.

Otra variable fueron las habilidades sociales. Su medición fue realizada con la tercera parte del instrumento, relacionada con las habilidades sociales y se incluyeron 6 diferentes.

La última variable se concentró en la autoimagen. Se toman en cuenta las preguntas pertenecientes a la tercera parte que, además de incluir las habilidades sociales, incluye interrogantes específicas sobre la razón para publicar fotografías y la utilización activa de perfiles en la red social.

La aplicación del cuestionario y la sistematización de datos se realizaron, mediante Google Formularios, para el análisis de datos y la creación e interpretación de gráficos mediante el uso de Minitab 17 y Microsoft Excel 2016.

Participantes

Los participantes de la investigación fueron 65 estudiantes del total de 100 alumnos de bachillerato, de la Universidad Latina de Costa Rica, en el primer cuatrimestre 2017, seleccionados de manera aleatoria y divididos por rangos de edades: de 17 a 22 años, de 23 a 27 años, de 28 a 32 años y, por último, de 33 años en adelante. Los rangos de edad permitieron mostrar

las diferencias o similitudes entre generaciones diferentes, debido a que la edad de la mayoría de la población estudiantil ronda entre los 17 a 22 años. La diferencia de sexo permitió observar un contraste entre los hombres y mujeres, debido a que puede haber efectos más influyentes en un sexo u otro.

Los criterios de selección de la población consistieron en incluir solo a estudiantes de la Sede San Pedro de la Universidad Latina, en el horario diurno.

Resultados

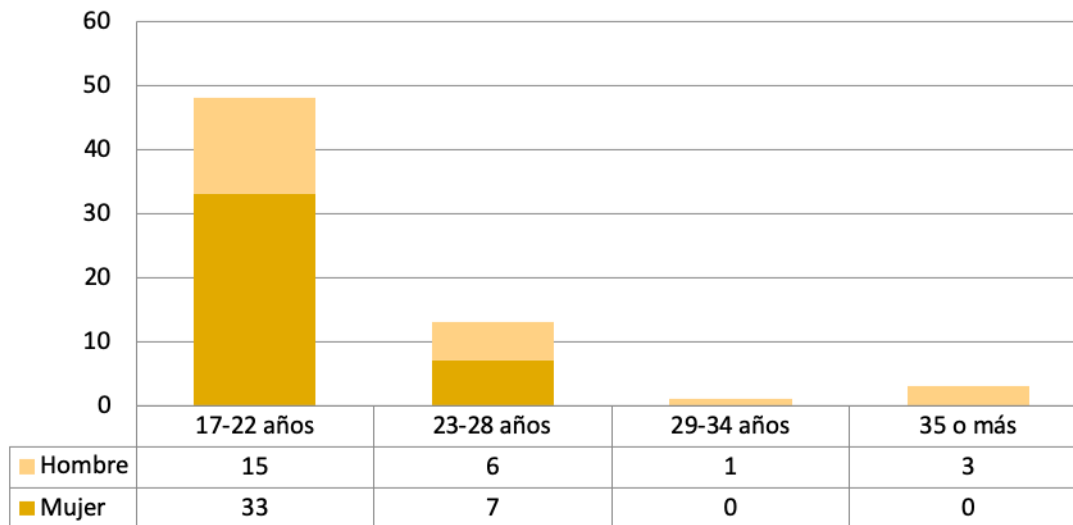
Más mujeres que hombres contestaron el

cuestionario. Esto se refleja que un 61,5% son mujeres, es decir, 40 de las 65. Son 25 los hombres, para un 38,5%.

La edad fue una de las variables que podrían definir mejor, los resultados, debido a que los grupos etarios que utilizan redes sociales son los que conforman, en la mayoría de los casos, las poblaciones estudiantiles universitarias.

Por tanto, se tomó la decisión de que la pregunta referente a la edad fuera específicamente con rangos de 6 años, empezando por los 18 y finalizando con los 34, para dar una última opción a las personas que tienen 35 años o más.

Figura 1. Número de participantes por rangos etarios, según sexo, ULatina-Costa Rica, 2017. Se reportan 3 preguntas sin respuesta



Nota: Elaboración propia

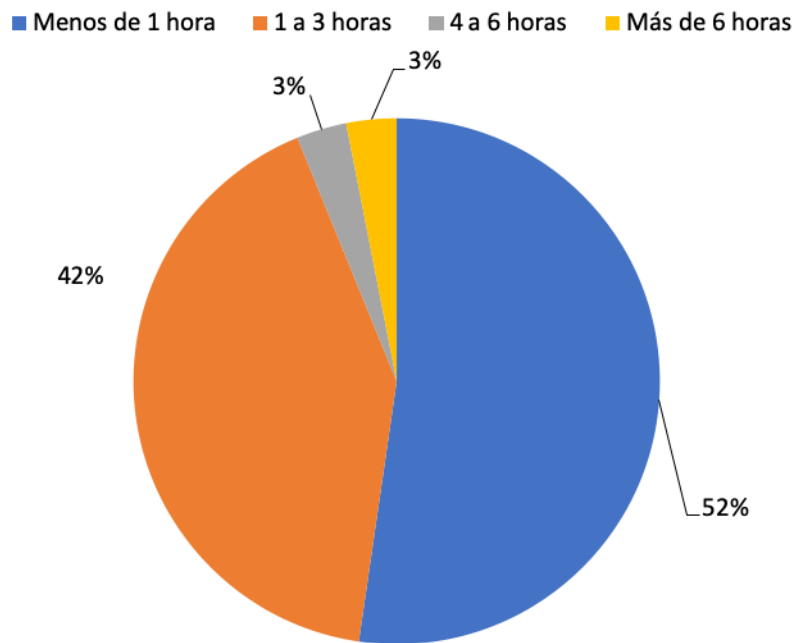
Los participantes son adultos de 18 a 22 años, representando 48 de los 65 encuestados, para un 73,8%. Luego, 13 de las 65 personas tienen entre 23 y 28 años, representado en un 20% del total. Por último, un 1,5% tiene entre 29 y 34 años y un 4,6% tienen 35 años o más.

Además, el dispositivo más utilizado para ingresar a las redes sociales es el teléfono celular o *smartphone*, el cual se reportó como el medio de acceso más frecuente en las 57 personas de las 65 encuestadas; las 10 personas restantes, registraron otro tipo de dispositivo electrónico. El segundo dispositivo más utilizado es la computadora, con 10 personas. Por último, la *Tablet*

con una sola persona, quien indicó que la utiliza como medio principal para ingresar a las redes sociales.

El tiempo dedicado al uso de redes sociales fue de “menos de una hora”, representando un 52,3% del total de los encuestados. Seguidamente, un 41,5%, en la opción “de una hora a 3 horas”. Al final, con un 3,1% en ambos casos, las opciones de “4 horas a 6 horas” y “más de 6 horas” de uso de estos medios de comunicación digital.

Figura 2. Tiempo dedicado por los usuarios para el uso de Facebook
Pregunta realizada: ¿Cuánto tiempo le dedica a Facebook al día?

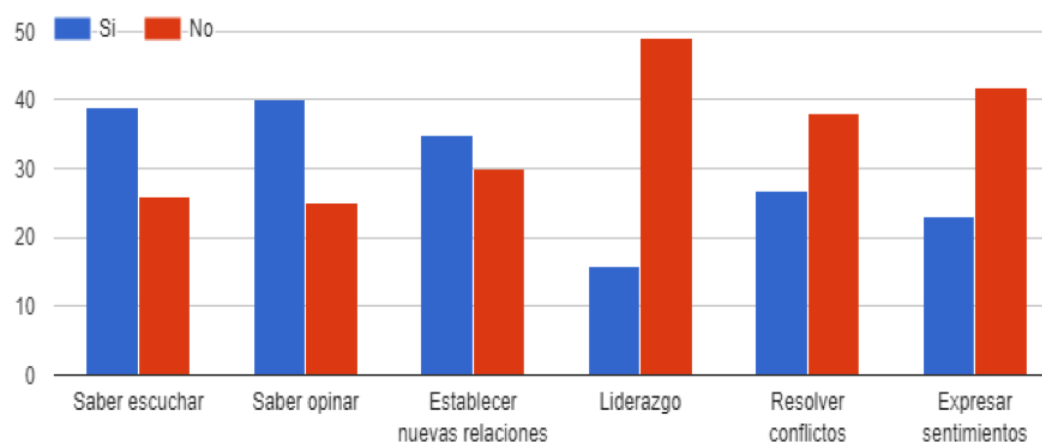


Nota: Elaboración propia

Los lugares de mayor acceso y uso de las redes sociales indican que es en la casa, con un registro del 95,4%; 62 casos de las 65 personas encuestadas. El otro lugar es la universidad, con el 64,6%. Los demás lugares, anotados por los participantes, no obtuvieron más que 38,5% de respuesta.

Se consideraron seis habilidades sociales, que los participantes debían identificar si se podían ver influenciadas por la utilización de Facebook.

Figura 3. Distribución de afectación de las habilidades sociales por la influencia de Facebook. Pregunta realizada: ¿Considera que la utilización de Facebook afecta a alguna de estas habilidades sociales?



Nota: Elaboración propia

La necesidad de utilizar las redes sociales arrojó los siguientes resultados: un 80%, es decir, 52 personas, sí sienten la necesidad de sacar el celular al estar rodeado de gente desconocida. El 20% restante contestó que no.

El aspecto de la afectación de la autoestima refleja que a un 96,9% no lo afecta, pero no justificaron su respuesta.

Solo una minoría, un 3,1%, solo 2 personas sí se veía afectada su autoestima y lo atribuyeron a que Facebook crea ideas de perfección inaccesible e irreal.

Muchos usuarios consideran que cotejar la lista de contactos, representa sistematizar las vinculaciones de amistad con un escenario ficticio, donde la imagen del usuario constituye el principal nexo (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013).

Los datos referentes a si los entrevistados se comparan con otros usuarios de la red social, dejan ver que reflejaba 90,8% no tienden a compararse con otros usuarios de la red social. El otro 9,2% indica que sí tiende a compararse con otros usuarios.

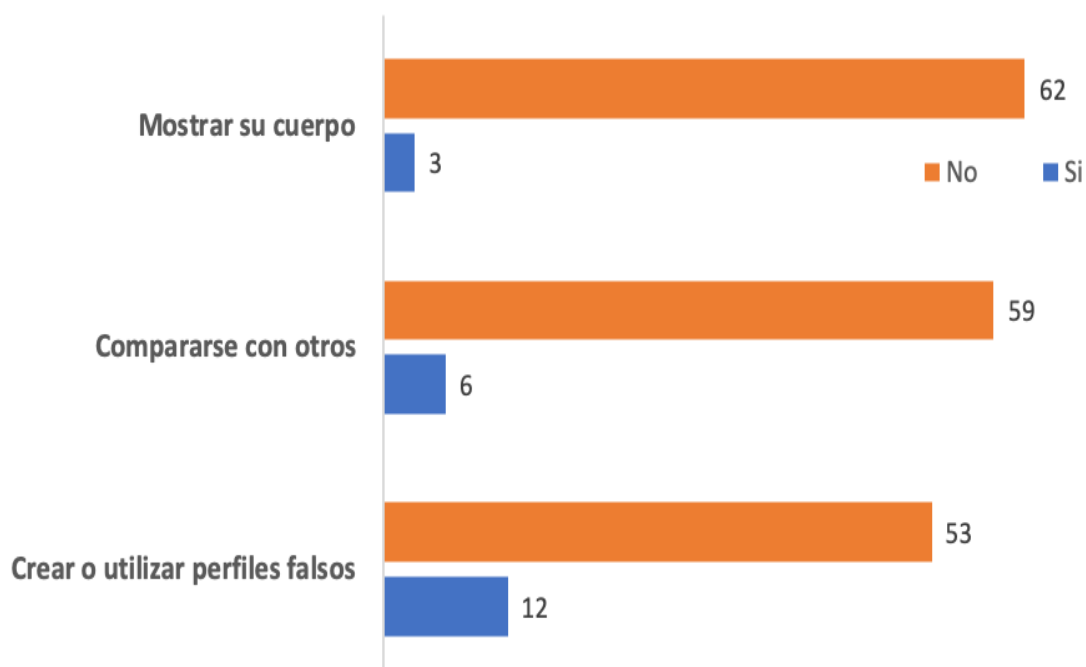
Muchas de las interacciones de los usuarios de Facebook se realizan para exhibirse a sí mismos. Son 62 participantes los que indicaron que no han sentido la necesidad de mostrar su cuerpo, mediante la publicación de fotografías o videos. Las tres personas restantes indicaron que sí y eso es un indicador de que una fracción muy baja.

De esta manera, se puede verificar cómo los usuarios “piensan su imagen, la diseñan, la crean, la producen, la editan... la reeditan” (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013). De forma consecuente, se recrea en los medios digitales la idealización de perfil que los usuarios desean.

Las redes sociales han sido implementadas, en ocasiones, con el propósito de crear perfiles falsos, jugar en línea con otros usuarios, así como para *stalkear* a otras personas. Un 81,5% de los no han utilizado o creado un perfil falso, mientras que el 18,5% restante sí.

La frecuencia con que los usuarios reportan subir fotos al Facebook, fue de una vez por año o del todo no suben fotos. Estos representan un 50,8% de los encuestados. Mientras tanto, un 46,2% sube fotos una vez por mes. Un 3,1% sube fotos por menos una vez a la semana, y nadie lo hace todos los días.

Figura 4. Tiempo dedicado por los usuarios para el uso de Facebook
Pregunta realizada: ¿Cuánto tiempo le dedica a Facebook al día?



Nota: Elaboración propia

Las razones para subir fotos a Facebook son diversas, pero se incluyeron 5 opciones generales, la que más se respondió fue: “Solo porque me da gusto”, con un 95,4% de respuesta; la segunda, “por obtener likes” con un 6,2% de respuesta; la tercera, “por presión social” con un 1,15%. Las otras dos opciones no tuvieron respuesta.

Almansa, Fonseca y Castillo (2013) confirmaron que, en el caso de los adolescentes, muchas veces se desconocen las opciones de privacidad de la Facebook y como “compartir”

es una práctica habitual entre los usuarios, no es posible reconocer el peligro que representa, la publicación de información, fotografías o videos de la vida privada del usuario (González, Lleixá, y Vidal, 2016).

El 60% de los casos, no se ven afectados en las responsabilidades diarias, contabilizando 39 personas en esta afirmativa.

Discusión

La importancia que le otorgan los participantes del estudio a la autoestima y a las habilidades sociales en relación con las redes sociales no es significativa, ya que la mayoría de los estudiantes perciben que no se ve afectada su autoimagen.

El 96,9% de los estudiantes respondieron que la red social no tiene que influir o cambiar en el pensamiento que se tiene hacia sí mismo, en comparación con un 3,1% que así lo refieren.

Por otra parte, el 3,1% que respondieron que sí es importante en cómo afecta Facebook en su autoestima, lo atribuyen a que en esta red social se ve reflejado el estereotipo que impone la sociedad como “belleza”. Por ende, puede contribuir en un buen o mal desarrollo de la autoestima, cuando el uso es excesivo, pero no detalla resultados concluyentes en los estudiantes universitarios, por la minoría que representa esta interrogante.

El fragmento anterior demuestra cómo el logro de méritos en línea (*likes*) puede gestionar los recursos emocionales de los universitarios, ya que la aceptación derivada de medios virtuales pueden aumentar no sólo la autoestima, sino también la interacción con otros pares, por ende, la creación de otros espacios de diálogo digital. (Crescenzi, Araña y Tortajada, 2013).

Se estima que un 47,7% de la población estudiantil de la Universidad Latina presentan

un sobre uso de Facebook. Por eso, se puede reconocer la relación entre las habilidades sociales y el sobre uso de las redes sociales, ya que muchos estudiantes opinan que habilidades sociales como saber escuchar, dar opiniones y establecer relaciones nuevas se ven afectadas por el uso de Facebook y aún más cuando su uso es superior a las 3 horas diarias.

La diferencia en los resultados presentados, con respecto a las habilidades sociales, es una mitad de que se ven afectadas y la otra mitad no. Sin embargo, muchas habilidades sociales, utilizadas en la investigación, se relacionan entre sí, llevando su uso a otra de estas.

Por ejemplo, “saber opinar” puede llevar a una mejor resolución de conflictos, cosa que, según los resultados de estas dos habilidades sociales, se presentan como contrarios. Como otro ejemplo, una escucha activa puede mejorar las habilidades de liderazgo pero, en este caso, también los resultados de estas dos habilidades son completamente opuestos.

Un efecto psicosocial relacionado con el uso y el abuso de las redes sociales se puede ver en la disminución de las habilidades sociales y también en cómo la ansiedad social puede llegar a crear una dependencia a una red social.

Esta tendencia se produce por el efecto de la mensajería instantánea, para no percibirse el estudiante, como un usuario excluido o mostrar más comodidad usando Facebook, al estar con un grupo de personas desconocidas o que

acaban de conocer, ya que demuestran su urgencia de acudir a la red social para no sentirse en soledad y disminuir su nivel de ansiedad social. Esto se vio reflejado en el 80% de los estudiantes que expresaron su necesidad de acudir a la red social para aumentar su círculo social e interacciones con otras personas, sea de su misma edad o diferentes edades.

Una recomendación para futuras investigaciones es estudiar la interacción simultánea de usuarios, tomando otras redes sociales y manteniendo las variables de estudio, para poder revelar patrones de uso de los usuarios y caracterizar sus habilidades sociales, según los roles de conectividad que pueda tener este usuario.

Un ejemplo es Instagram, que por ser una red social enfocada en la fotografía, es común tener más de un solo perfil, las preguntas referentes a estos temas pueden llevar a resultados interesantes, e incluso diferentes a los obtenidos en la presente investigación.

Referencias

- Abarca, S. (2013). Las redes sociales como instrumento de mediación pedagógica: alcances y limitaciones. *Actualidades Investigativas en Educación*, 13, 1-18.
- Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 40, 127-135.
- Cáceres, M., Ruiz, J. y Brändle, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en internet. *Cuadernos De Información y Comunicación*, 14, 213-231.
- Cardona, M. (2015). *Las redes sociales a través de la web 2.0 el caso de las mujeres en Puerto Rico*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Crescenzi, L., Araña, N., y Tortajada, I. (2013). Privacidad, difusión de información personal y autoimagen [e imagen de sí mismos] de los adolescentes en las redes sociales. El caso de Fotolog. *Comunicación y sociedad*, 2, 65-78.
- Espinar, E. y González, M. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*. 14, 87-105.

- García, M. y Del Hoyo, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *Zer*, 34, 111-125.
- Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios/ The academic use of social networks among university students. *Comunicar*, 19, 131-138.
- González, J., Lleixá, M., y Vidal, C. (2016). Las redes sociales y la educación superior: Las actitudes de los estudiantes universitarios hacia el uso educativo de las redes sociales, de nuevo a examen. *Education in the Knowledge Society*, 17, 21-38. doi <http://dx.doi.org/10.14201/eks20161722138>
- Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J., y Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 1, 6-18.
- Hodelín, Y., De Los Reyes, Z., Hurtado, G. y Batista, M. (2016). Riesgos sobre tiempo prolongado frente a un ordenador. *Revista Información Científica*, 95, 175-190.
- Jiménez, A. y Pantoja, V. (2007). Autoestima y relaciones Interpersonales en sujetos adictos a Internet. *Psicología-Segunda Época*, 1, 78- 89.
- Moral, F. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet. *Revista Anuario de Psicología*, 32, 13- 30.
- Morales, E. (2012). El smartphone como motor de una nueva incertidumbre social: La importancia de las redes sociales en la comunicación móvil de los jóvenes españoles en la sociedad de la inmediatez. *Prisma Social*, 8, 87-115.
- Peral, B., Arenas, J. y Villarejo, A. (2015). De la brecha digital a la brecha psico-digital: Mayores y redes sociales/From digital divide to psycho-digital divide: Elders and online social networks. *Comunicar*, 23, 57-64.
- Robles, I. (2015). Ese delicado espejo llamado autoestima. *El Norte*.. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1702214931?accountid=32236>
- Salas, D. (20 de septiembre de 2013). Estudio que detalla el uso que hacen los costarricenses de internet y redes sociales. Costa Rica: Red 506. *El Financiero*, 1.
- Schwarz, O. (2011). Who Moved my Conversation? Instant Mes - sag ing, Intertextuality and New Regimes of Intimacy and Truth. *Media Culture Society*, 33, 71–87. DOI: 10.1177/016 34 437 - 10 385501.
- Vidal, E; Martínez, J., Fortuño, M. y Cervera, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los ámbitos universitarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 8, 171-18