

2010

La auto-valoración de las competencias y el uso mediático en niños y niñas costarricenses. El caso particular de la internet.

Rolando Pérez Sánchez
Universidad de Costa Rica

Ana Marí Rumoroso Torres
Universidad de Costa Rica

David Torres Fernández
Universidad de Costa Rica

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

Recommended Citation

Pérez Sánchez, Rolando; Marí Rumoroso Torres, Ana; and Torres Fernández, David (2010) "La auto-valoración de las competencias y el uso mediático en niños y niñas costarricenses. El caso particular de la internet.," *Global Media Journal México*: Vol. 7 : No. 14 , Article 2.
Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol7/iss14/2>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact benjamin.rawlins@tamiau.edu, eva.hernandez@tamiau.edu, jhatcher@tamiau.edu, rhinojosa@tamiau.edu.

LA AUTO-VALORACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y EL USO MEDIÁTICO EN NIÑOS Y NIÑAS COSTARRICENSES. EL CASO PARTICULAR DE LA INTERNET.

Rolando Pérez Sánchez, Ana María Rumoroso Torres y David Torres Fernández

Universidad de Costa Rica

Resumen

El estudio indaga en la relación entre la organización del uso mediático, de forma particular el uso de la Internet y la auto-evaluación de las competencias cognoscitivas, sociales, físicas, y la auto-valoración general. Se analiza el lugar que ocupan las variables sociodemográficas (sexo, edad, zona de residencia y tipo de colegio) en esta relación. Se aplicó un cuestionario a 232 niños y niñas entre los 9 y los 11 años, distribuidos según sexo, zonas de residencia (urbana y rural) y tipo de centros de enseñanza secundaria en la que estudian (público y privado). Los resultados muestran que el uso de medios escritos se asocia con una percepción positiva de las competencias cognoscitivas. Por su parte, los nuevos medios y en particular la Internet están orientados al desarrollo de las competencias sociales y la concomitante integración social. En el caso particular de la Internet es el uso dirigido al entretenimiento el que se relaciona positivamente con la percepción de las competencias sociales y con las competencias físicas. De las variables contextuales introducidas en el estudio, es la zona de residencia la que parece que está determinando con mayor claridad el auto-concepto e interacción con el uso mediático.

Palabras clave: Tecnologías de la información y la comunicación, evaluación de sí-mismo, uso de medios, niños, Costa Rica

En el ámbito internacional diferentes autores han aportado resultados relevantes para la comprensión del papel de las tecnologías de la información y el conocimiento (TICs) en el desarrollo social y cognoscitivo de los niños y niñas (Livingstone, 2002; Döring, 2003; Greenfield, 2006; Calvert y Wilson, 2008). Como parte integral de las culturas modernas, las TICs participan en la construcción de identidades personales y sociales, en la formación de las

cogniciones sociales y en la conducta y comunicación interpersonal.

Precisamente el presente estudio persigue aportar a la comprensión del papel que juega los usos mediáticos, en particular de la internet, en la conformación del auto-concepto en niños y niñas. Como han señalado múltiples estudios, los medios de comunicación por si solos no tienen un impacto negativo o positivo en la construcción de los diferentes aspectos asociados a la

identidad personal de los niños (Cavert y Kotler, 2003, Gross, 2004). Es más bien la combinación de diversos factores familiares, grupos de amigos, personalidad, la experiencia de situaciones críticas, la escuela y el uso del tiempo libre, lo que lleva a que dichos medios participen de una u otra manera en el desarrollo del niño. Este es el caso, por ejemplo, del estudio de los efectos de la televisión sobre la conducta agresiva. La investigación indica que un tal efecto, no se da de manera directa sino que es producto del actuar combinado de los factores señalados anteriormente (Pérez, 2004).

Igualmente, respecto al plano relacional de conformación del auto-concepto, no se ha encontrado una relación clara entre la tendencia al aislamiento y la soledad y el uso excesivo de la Internet. Por el contrario, se han encontrado que las personas que usan muy frecuentemente la Internet, por lo general, descuidan el uso de la televisión u otros medios, no así sus relaciones con la familia y amigos (Greenfield, 2006, Subrahmanyam, Greenfield, Kraut y Gross, 2001).

En este mismo ámbito, otros estudios indican que el uso de la Internet puede estar asociado al mejoramiento de las relaciones existentes y a la creación de nuevas interacciones, por las diversas formas de comunicación que supone dicho medio. Además, se ha encontrado que las relaciones cercanas que se establecen por medio de la Internet, no se diferencian significativamente de las relaciones cara a cara, aunque este tema es aún objeto de debate y de investigación (Bargh y McKenna, 2004).

Por otro lado, asociados al plano cognitivo y conativo de organización del auto-concepto, se ha encontrado que el uso de la Internet no está ligado con la

disminución de la lectura, esto solo sucede en usuarios intensivos del medio. Por el contrario, para el resto, su uso va de la mano o incluso puede favorecer la lectura, ya que el mismo medio requiere de la misma, si se las comparan con las personas que no usan la computadora. Resultados similares se han encontrado no solo con la lectura, sino con el deporte y actividades al aire libre, de modo que los niños usuarios de computadoras reportan más actividad de este tipo que los que no la usan. Sin embargo, en el caso de los niños que hacen un uso excesivo de la Internet se encontró, no solo que realizaban menos actividad deportiva y de recreación al aire libre, sino, una tendencia aunque pequeña, a tener sobrepeso (Attewell, Suazo y Battle, 2003). Otras investigaciones señalan que los niños que hacen uso moderado de la computadora obtienen mejores puntajes en comprensión de lectura y cálculo matemático que los que no la usan (Attewell, Suazo y Battle, 2003).

Igualmente se ha encontrado que la relación entre el uso de la computadora y el mejoramiento de las actividades de razonamiento o ligadas al desempeño escolar, se favorecen con la presencia de los padres (Subrahmanyam, Greenfield, Kraut y Gross, 2001). La participación de los padres, aclarando dudas, aprendiendo junto con el niño, controlando de forma razonada el acceso a ciertas páginas de Internet o fomentando otras, es fundamental para el aprovechamiento de este recurso.

Dado el impacto que están teniendo los medios en diferentes ámbitos de conformación del sí-mismo en los niños y las niñas, como lo muestran los antecedentes anteriormente expuestos, nos abocamos a la tarea de indagar en el lugar del uso mediático en la evaluación que los niños y las niñas hacen de sus

propias competencias en los ámbitos, físico, escolar o social, ámbitos en los que las TIC están teniendo una participación activa en su desarrollo. Según lo reporta la investigación psicosocial sobre el concepto de sí-mismo, estos ámbitos tienen una importancia sustantiva en la evaluación que hacen de sí mismos los niños y las niñas escolares (Harter, 2005), contribuyendo a la formación de las identidades personales y sociales.

Según los enfoques socio-cognoscitivos para el estudio del sí-mismo, el auto-concepto se refiere tanto a los mecanismos de categorización como de evaluación que las personas hacen sobre ellas mismas que les permite describir y valorar su identidad en un momento dado, recurriendo ya sea a características de personalidad o biográficas, a su pertenencia a grupos sociales o a una caracterización de su actividad de conformidad con los ámbitos en los que se desenvuelve la persona en momentos y espacios determinados de sus vida (Oyserman, 2003, Harter, 2005).

El presente artículo se dirige precisamente al plano evaluativo de las competencias anteriormente señaladas, a partir de la consideración del significado que adquiere el uso mediática y específicamente de la internet en esta evaluación. El enfoque de usos y gratificaciones ha sistematizado dentro de las funciones básicas de uso mediático, el desarrollo, actualización y cercioramiento de las identidad personales y sociales (Rubin, 2002, Pérez, 2003). Los resultados que aquí se presentan dirigen a aportar, desde esta perspectiva, al estudio de los usos mediáticos en niños y niñas y su significado para el auto-concepto, más aún si atendemos al caso de los nuevos medios como es el caso de la internet y su cada vez más creciente en este grupo de edad.

Tomando como fundamento los modelos socio-cognoscitivos para el estudio del auto-concepto en niños así como al enfoque de los usos y gratificaciones y para la comprensión de la participación de los medios en la organización del auto-concepto, la preguntas de investigación que orientan el presente estudio fueron las siguientes: ¿Qué caracteriza el uso mediático en niños y niñas escolares?, ¿cuál es la relación entre el uso mediático y las competencias cognoscitivas, sociales y físicas percibidas por los niños y las niñas?, ¿cuál es el papel de variables intervinientes como el sexo, edad, zona de residencia y tipo de colegio, en el estudio de esta relación? De forma particular, cobra especial interés el analizar cómo se dan estas asociaciones en el caso específico del uso de la Internet.

Nos interesó indagar en la forma de organización del uso o modalidades de uso, tanto de las tecnologías estudiadas, como en particular, de la Internet.

Método

Participantes

Se aplicó un cuestionario a 232 niños entre los 9 y los 13 años, distribuidos según sexo (108 hombres y 124 mujeres), zonas de residencia (80 en urbana y 152 en rural) y tipo de centros de enseñanza primaria en la que estudian (104 en centros públicos y 128 en centros privados). La selección por centro público (institución educativa con financiamiento público) y privado (institución educativa con financiamiento privado), así como por urbano y rural, se realizó con el objetivo de indagar en diferencias a nivel socioeconómico y cultural (ver Cuadro 1).

Cuadro 1: Distribución de la muestra según sexo, tipo de institución educativa y zona de residencia

	Zona rural			Zona urbana		
	Colegios Públicos	Colegios Privados	Total	Colegios Públicos	Colegios Privados	Total
Hombres	30	9	39	22	47	69
Mujeres	25	16	41	27	56	83
Total	55	25	80	49	103	152

Procedimiento e instrumentos

Se diseñó un cuestionario auto-administrado, el cual fue aplicado en las aulas de diferentes centros de enseñanza. En la primera página se detallaban los objetivos del estudio y se presentaba el consentimiento informado. Los estudiantes expresaron su consentimiento a participar en la investigación llenando el formulario en su totalidad. Quienes no deseaban participar, eran libres de devolver el formulario en blanco. Llenar el cuestionario les tomó entre 25 y 45 minutos

Se consideraron las siguientes variables: intensidad de uso de diferentes medios de comunicación, tipos de uso de la Internet y cuatro dimensiones de la valoración de sí-mismo, en los ámbitos académico, social, físico y valoración general.

La intensidad de uso de medios se midió mediante preguntas directas sobre la frecuencia con que se usan 8 tecnologías mediáticas: periódicos, cds, libros, radio, televisión, computadora, juegos de video e Internet. Los participantes informaban sobre la frecuencia del uso de estas tecnologías en una escala de 6 puntos: 1 = “Todos los días”, 2 = “Varias veces a la semana”, 3 = “Una vez por semana”, 4 = “De vez en cuando”, 5 = “Rara vez”, 6 = “Nunca”.

Los tipos de uso de la Internet se

midieron por medio de preguntas sobre la frecuencia de uso de páginas relacionadas a periódicos, juegos, chats, trabajos de la escuela, deportes, música y cantantes, ciencia, farándula, películas y actores, salud y páginas para niños. Los niños y las niñas respondían a una escala de tres puntos: 1= nunca, 2= a veces, 3= siempre.

El auto-concepto se midió recurriendo a la escala de competencias percibidas para niños y niñas de Harter (1992), la cual consta de cuatro subescalas: competencias cognoscitivas, competencias sociales, competencias físicas y auto-valoración general. Los niños y las niñas respondieron a cada reactivo en una escala Likert de 4 puntos que van de 1 (totalmente en desacuerdo) a 4 (totalmente de acuerdo). Dado que era la primera vez que se hacía uso de la escala en el país se procedió a su adaptación. Se hizo una traducción que fue revisada por expertos. Esta versión fue evaluado mediante la Entrevista Cognoscitiva para la elaboración de instrumentos (Willis, 2005), para lo cual se realizaron dos entrevistas grupales a niños y niñas. Las subescalas de las que consta el instrumento mostraron ser consistentes para la muestra costarricense. La subescala de competencias cognoscitivas consta de 7 reactivos. Ejemplo de los reactivos son: “Siento que soy muy bueno en la escuela”, “Siento

que soy tan inteligente como otros niños de mi edad”. El Alfa de Cronbach (α) de los reactivos fue de .76. La subescala de competencias sociales está compuesta por 7 reactivos. Su Alfa de Cronbach fue de .84. Ejemplos de los reactivos son: “Tengo muchos amigos”, “Creo que soy muy importante para mis compañeros”. La subescala de competencias físicas la componen 6 reactivos. El Alfa de Cronbach de los reactivos fue de .82. “Siento que soy bueno en cualquier tipo de deporte” o “Pienso que podría ser bueno en casi cualquier juego o actividad al aire libre”, son ejemplos de reactivos para esta dimensión. Por último, la subescala de valoración general está compuesta por 6 reactivos, con un Alfa de Cronbach de .77. Ejemplos de los

reactivos son: “Siento que estoy muy seguro de mí mismo”, “Me siento bien con mi forma de actuar”.

Los análisis realizados incluyen los análisis descriptivos básicos generales, análisis de factores exploratorios, análisis de consistencia interna mediante el alfa de cronbach, correlaciones bivariadas entre las mediciones y ocho regresiones jerárquicas, una para cada una de las mediciones de la autoevaluación como criterios y las características sociodemográficas y los usos de los medios, tanto para las modalidades generales de uso como específicamente para los usos de la Internet.

Cuadro 2: Resultados de análisis exploratorio de factores de las modalidades de uso mediático (*)

	Factores		Medios eje de uso cotidiano
	Nuevos medios	Medios Escritos	
Valor propio	2,51	1,51	1,42
Varianza explicada	22,86	13,73	12,86
Internet	.821		
Computadora	.821		
Juegos de video	.805		
Mp3	.627		
Teléfono celular	.595		
Libros		.687	
Periódicos		.681	
Revistas		.670	
Radio			.732
Cds			.598
Televisión			.554

Nota: Componentes principales. Se presentan las cargas factoriales mayores a .30. Varianza total explicada= 49,45%

Resultados

Estructura del uso mediático general y de la Internet.

A fin de identificar la estructura del uso mediático general se llevó a cabo un análisis de factores exploratorio utilizando el método de extracción de componentes principales y el método de rotación VARIMAX. Se encontró una organización factorial de los medios orientada tanto por su uso como por el canal comunicativo hacia donde se orientan (ver Cuadro 2).

Específicamente se encontraron tres factores con valores propios mayores

a 1. El primer factor, con un Valor propio de 2,51 y una varianza explicada de 22,86%, agrupa los nuevos medios (Internet, computadora, mp3, videojuegos y teléfono celular). El segundo factor, con una valor propio de 1,51 y una varianza explicada de 13,73%, agrupa a los medios escritos (libros periódicos y revistas). El tercer factor, con un valor propio de 1,42 y una varianza explicada de 12,86%, agrupa a las tecnologías básicas de uso cotidiano (televisión, radio y CDs), las cuales hemos designado como medios eje de uso cotidiano. A partir de estos resultados se crearon índices específicos para cada dimensión de uso.

Cuadro 3: Resultados de análisis exploratorio de factores de las modalidades de uso de la Internet (*)

	Factores		
	Entretenimiento y comunicación	Búsqueda de información	Juego
Valor propio	2,77	2,25	1,87
Varianza explicada	23,11	18,75	15,57
Páginas para bajar música o programas	.725		
Películas, actores o actrices de cine famosos	.719		
Chat público	.718		
Música, grupos o cantantes	.698		
Farándula	.692		
Periódicos		.772	
Deportes		.716	
Salud		.716	
Ciencia y Tecnología		.479	
Páginas relacionadas con trabajos de los cursos		.459	
Páginas especiales para niños			.740
Juegos			.673

Nota: Componentes principales. Se presentan las cargas factoriales mayores a .30. Varianza total explicada= 57,43%

Se efectuó otro análisis factorial exploratorio para determinar la organización del uso de la Internet (Ver Cuadro 3). El primer factor obtuvo un valor propio de 2,77 y una varianza explicada de 23,11%. En él se agrupan los usos asociados al entretenimiento y comunicación (bajar música, páginas de grupos musicales, películas, farándula y chats). El segundo factor agrupa los usos vinculados a la búsqueda de información (páginas de periódicos, salud, deportes, ciencia y tecnología o asociadas a trabajos de cursos), con un valor propio de 2,25 y una varianza explicada de 18,75. El tercer factor agrupa los usos asociados al juego

(páginas de juegos en línea y para niños), con un valor propio de 1,87 y una varianza explicada de 15,57.

Correlaciones entre las variables de estudio

Los análisis de correlación indican una relación positiva entre la valoración de las competencias cognoscitivas, las competencias sociales, las competencias físicas y la valoración general ($r_s = .47, .40$ y $.58, p_s < .01$) lo que muestra, de forma consistente, que se tratan de ámbitos del auto-concepto (ver Cuadro 4).

Cuadro 4: Medias, desviaciones típicas e índices de consistencia interna de las escalas y correlaciones simples entre las variables en estudio

	M	DE	α	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Competencias Cognoscitivas	14.22	3.723	.76	.474**	.399**	.577**	.085	.188**	.061	.054	.146*	.039	
2. Competencias Sociales	14.40	4.440	.84		-.608**	.589**	.311**	.158*	.215**	.234**	.119	.157*	
3. Competencias físicas	12.77	4.303	.77			-.461**	.367**	.141	.166*	.247**	.248**	.225**	
4. Autovaloración general	14.08	3.010	.69				-.049	.145*	.075	.032	.052	.036	
5. Uso Nuevos Medios	11.46	6.653						-.226**	.266**	.479**	.124	.268**	
6. Uso Medios Escritos	5.37	3.294							-.238**	.254**	.371**	.153*	
7. Uso Medios Tradicionales	10.66	3.014								-.330**	.137	.118	
8. Uso de Internet (Entretenimiento)	3.01	2.892									-.475**	.564**	
9. Uso de Internet (Información)	2.39	2.275										-.452**	
10. Uso de Internet (Diversión/Juegos)	2.08	1.308											-

Nota: *correlaciones significativas a $p < 0.05$. **correlaciones significativas a $p < 0.01$

La percepción de las competencias cognoscitivas presenta una asociación positiva con el uso de medios escritos ($r =$

.19, $p < .01$) y el uso de la Internet para la búsqueda de información ($r = .15, p < .05$). Los niños y niñas que hacen más

uso de medios escritos y se orientan más al uso de la Internet para la búsqueda de información, presentan una valoración de sus competencias cognitivas superior a los niños que hacen menor uso de estos medios y estás páginas.

La valoración de las competencias sociales se asocia de forma positiva con el uso tanto de los nuevos medios ($r = .31, p < .01$), los medios escritos ($r = .16, p < .05$) y los medios eje de uso cotidiano ($r = .21, p < .01$), así como con el uso de la Internet para el entretenimiento ($r = .23, p < .01$) y el juego ($r = .16, p < .05$). Aquellos niños y niñas que emplean más todas las modalidades de uso mediático y recurren más a la Internet para el entretenimiento y el juego, tienen una valoración más positiva de sus competencias sociales que los niños que hacen menor uso de estos medios.

La percepción de las competencias físicas presenta una asociación positiva con el uso de los nuevos medios ($r = .37, p < .01$), los medios eje ($r = .17, p < .05$) y con todos los usos de la Internet (para el entretenimiento ($r = .25, p < .01$), la búsqueda de información ($r = .25, p < .01$) y para el juego ($r = .22, p < .01$)). Los niños y niñas que hacen tanto de los nuevos medios como de los medios de mayor uso cotidiano y que además recurren más a las diferentes modalidades de uso de la Internet, son las que perciben una mayor competencia física, comparado con los que hacen un menor uso de estos medios.

La autovaloración general se asocia de forma positiva únicamente con el uso de medios escritos ($r = .14, p < .05$). Aquellos niños y niñas que hacen mayor uso de los medios escritos presentan una valoración general más positiva que los niños que hacen un menor uso de estos medios.

Las diferentes modalidades de uso se asocian positivamente entre sí. Los niños que hacen un alto uso de los nuevos medios hacen un uso más alto de medios escritos ($r = .23, p < .01$) y de los medios eje ($r = .27, p < .01$), que los niños con un bajo uso de estos medios. Asimismo, los altos usuarios de medios escritos hacen también un empleo alto de los medios eje de uso cotidiano ($r = .24, p < .01$), con respecto a los bajos usuarios.

Los diferentes tipos de uso de la Internet se asocian positivamente entre sí. Los niños que hacen un uso alto de la Internet orientado al entretenimiento hacen un alto uso dirigido a la búsqueda de información ($r = .47, p < .01$) y el juego ($r = .56, p < .01$), al contrario de lo que sucede con los usuarios que hacen un bajo uso de las páginas asociadas a entretenimiento. Aquellos niños que hacen un alto uso de la Internet dirigido a la búsqueda de información hacen un uso más alto de la Internet para el juego ($r = .45, p < .01$), que los niños que hacen un uso bajo de esta modalidad de la Internet.

Predictores de las dimensiones de la valoración personal: el impacto de las modalidades de uso mediático y de los usos de la Internet sobre el auto-concepto.

Se calcularon dos conjuntos de regresiones. En un primer momento se indagó en el efecto de las modalidades de uso mediático. Los resultados obtenidos mostraron que los nuevos medios tienen un impacto particular sobre la valoración de las competencias, de allí que se decidió efectuar, en un segundo momento, los análisis para determinar el impacto de los usos de la Internet específicamente.

De esta manera se calcularon, primeramente, cuatro modelos de

regresión, uno para cada ámbito de la valoración personal (competencias cognoscitivas, competencias sociales, competencias físicas y valoración general), considerando como predictores el sexo, la edad, el tipo de colegio, la zona de residencia y las modalidades de uso mediático (nuevos medios, medios escritos, medios eje) (ver cuadro 5).

El modelo general para la predicción de la competencias cognoscitivas a partir de las variables sociodemográficas y las modalidades de uso resultó significativo ($R^2 = .06$, $F_{2,177} = 5.17$, $p < .01$). La zona de residencia ($\beta = -.16$, $p = <.05$) y el uso de medios escritos ($\beta = .15$, $p = <.05$) se presentaron como los predictores significativos de la valoración de las competencias cognoscitivas. Estas competencias se asocian positivamente con el empleo de medios escritos de modo que a mayor uso aumenta también la valoración de las competencias cognoscitivas. Igualmente se encontró que las personas de zonas urbanas presentan una valoración más positiva de estas competencias, en comparación con los de zonas rurales, que presentaron puntajes más bajos.

De igual manera, el modelo general de predicción de la valoración de las competencias sociales resultó significativo ($R^2 = .13$, $F_{2,178} = 13.27$, $p < .01$). Las competencias sociales parecen estar definida por la zona de residencia ($\beta = -.18$, $p = <.05$), pero principalmente, y de forma positiva, por el uso de los nuevos medios ($\beta = .27$, $p < .01$). Los niños y las niñas que provienen de zonas urbanas y que hacen un alto uso de los nuevos medios presentan niveles valoración de las competencias sociales mayores que las personas de zonas rurales

y que hacen un menor uso de los nuevos medios.

El modelo general para la predicción de las competencias físicas resultó significativo ($R^2 = .24$, $F_{3,172} = 17.39$, $p < .01$). El sexo ($\beta = -.27$, $p = <.01$) y principalmente el uso de nuevos medios ($\beta = .35$, $p = <.01$) emergen como los predictores significativos de la valoración de las competencias físicas. Estas competencias se asocian positivamente con el empleo de medios escritos de modo que a mayor uso aumenta también la valoración de las competencias físicas. Igualmente se encontró que los hombres presentan una valoración más positiva de estas competencias, en comparación con las mujeres, que presentaron puntajes más bajos.

Finalmente, el modelo de predicción de la valoración general resultó también significativo ($R^2 = .031$, $F_{1,179} = 5.72$, $p < .05$). Los niños y las niñas provenientes de zonas urbanas presentan una evaluación general más positiva de sí mismos que los provenientes de zonas rurales ($\beta = -.18$, $p = <.05$).

Seguidamente se calcularon otros cuatro modelos de regresión, uno para cada ámbito de la valoración personal, considerando esta vez como predictores, además de las variables sociodemográficas en estudio, los tipo de uso de la Internet (el uso orientado al entretenimiento, el uso dirigido a la búsqueda de información y el orientado al juego) (ver cuadro 6).

El modelo general para la predicción de la competencias cognoscitivas resultó significativo ($R^2 = .04$, $F_{1,173} = 7.97$, $p < .05$). La zona de residencia ($\beta = -.21$, $p = <.01$) se presentó como el único predictor

significativo de la valoración de las competencias cognoscitivas. Las personas de zona urbana presentan una valoración

más positiva de estas competencias, con respecto a los niños y niñas provenientes de zonas rurales.

Cuadro 5. Regresiones lineales de las dimensiones de evaluación de sí mismo (uso general de medios)

Predictores	Criterios			
	Competencias cognoscitivas	Competencias sociales	Competencias físicas	Valoración general
	β	β	β	
Sexo			-,270	
Edad			-,088	
Tipo de Escuela				
Zona de Escuela	-,163	-,184		-,176
Uso Nuevos Medios		,273	,346	
Uso Medios Escritos	,148			
Uso Medios Tradicionales				
<i>Ajuste</i>				
R^2	,056	,131	,236	,031
F	5,18** (gl 2, gl 175)	13,27** (gl 2, gl 176)	17,40** (gl 3, gl 169)	5,72* (gl 1, gl 178)

Nota: * $p < .05$. ** $p < .01$.

Cuadro 6. Regresiones lineales de las dimensiones de evaluación de sí mismo (usos de la Internet)

Predictores	Criterios			
	Competencias cognoscitivas	Competencias sociales	Competencias físicas	Valoración general
	β	β	β	
Sexo			-,277	
Edad				
Tipo de Escuela				
Zona de Escuela	-,210	-,207	-,125	-,158
Uso de Internet (Entretenimiento)		,211	,274	
Uso de Internet (Información)				
Uso de Internet (Diversión/Juegos)				
<i>Ajuste</i>				
R^2	0,44	,106	,170	,025
F	7,95* (gl 1, gl 172)	10,29** (gl 2, gl 173)	11,34** (gl 3, gl 166)	4,48* (gl 1, gl 175)

Nota: * $p < .05$. ** $p < .01$.

Asimismo, el modelo general de predicción de la valoración de las competencias sociales resultó significativo ($R^2 = .11$, $F_{2,175} = 10.29$, $p < .01$). Las competencias sociales parecen estar definida por la zona de residencia ($\beta = -.21$, $p = <.01$) y de forma positiva, por el uso de la Internet para el entretenimiento y la comunicación ($\beta = .21$, $p < .01$). Los niños y las niñas que provienen de zonas urbanas y que hacen un alto uso de la Internet para el entretenimiento presentan niveles de valoración de las competencias sociales mayores que las personas de zonas rurales y que hacen un menor uso de la Internet con ese propósito.

El modelo general para la predicción de la competencias físicas resultó significativo ($R^2 = .17$, $F_{3,169} = 11.33$, $p < .01$). El sexo ($\beta = -.27$, $p = <.01$) y el uso de la Internet para el entretenimiento y la comunicación ($\beta = .27$, $p = <.01$) emergen como los predictores significativos de la valoración de las competencias físicas. Estas competencias se asocian positivamente con el empleo de la Internet para el entretenimiento y la comunicación de modo que a mayor uso aumenta también la valoración de las competencias físicas, en contraste con los niños que hacen un bajo uso de la Internet con estos fines. Igualmente se encontró que los hombres presentan una valoración más positiva de estas competencias, en comparación con las mujeres, que presentaron puntajes más bajos.

Por último, el modelo de predicción de la valoración general resultó también significativo ($R^2 = .025$, $F_{1,176} = 4.48$, $p < .05$). Los niños y las niñas provenientes de zonas urbanas presentan una evaluación general más positiva de sí mismos que los

provenientes de zonas rurales ($\beta = -16$, $p = <.05$).

Discusión

Los resultados encontrados aportan al estudio del papel que juega el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la socialización de niños y niñas. Específicamente, ofrece indicios relevantes para entender su participación en la conformación de la identidad personal, particularmente, el auto-concepto.

Los niños estudiados organizan el uso mediático atendiendo no solo a las particularidades de las tecnologías, sino al tipo de uso. Se podría hipotetizar que el tipo de uso que se les dé resulta más relevante. Esto queda claro al agrupar los medios audiovisuales más empleados a nivel cotidiano en una misma modalidad, la cual llamamos medios eje de uso cotidiano. Los medios escritos, se agrupan no solo por sus características sino por ser asociadas fundamentalmente al contexto escolar y a la búsqueda de información. Mientras que los nuevos medios, responden a una modalidad de uso que se orienta el entretenimiento y la comunicación.

Como señala Scantlin (2008), los tipos de uso muestran una búsqueda de satisfacción de necesidades en los niños, ya sean éstas sociales o emocionales, tal y como se ha encontrado en diferentes estudios sobre el uso de medios en niños.

Esto mismo lo encontramos con las modalidades de uso de la Internet, las cuales dan cuenta de dos tipos de uso generales: el informativo y el de entretenimiento y diversión. El primero orientado no solo a la búsqueda de información para los trabajos escolares, sino también para los intereses personales

de los usuarios.

El uso orientado al entretenimiento y a la diversión debe diferenciarse, ya que hace referencia a comportamientos de uso distintos. El entretenimiento tiene una finalidad social que se basa en la información para la integración social, además de la comunicación, mientras que la diversión se orienta específicamente al juego, y podría estar asociado, como se señala en otro estudio, a reducir el aburrimiento o buscar la diversión mediante la activación (Vorderer, Klimmt y Ritterfeld, 2004; Pérez, 2008).

Esta particular organización del uso mediático y de la Internet, dan cuenta de un uso orientado por motivos y es precisamente esto lo que nos posibilita explicar las asociaciones encontradas entre los tipos de uso y las dimensiones del auto-concepto estudiadas. Motivos básicos (ver Fiske, 2004) como la pertenencia, la comprensión del mundo social o la afirmación del sí-mismo están presentes en las modalidades de uso y como se ha encontrado acá tienen correlato con las evaluaciones del sí-mismo realizadas.

Al respecto, un resultado que es importante resaltar es el papel que poseen los nuevos medios en la percepción de las competencias sociales y físicas. En el caso de las competencias sociales; es posible que los nuevos medios le brinden a los niños y niñas los insumos necesarios para iniciar y mantener conversaciones u otro tipo de interacciones sociales que estén relacionadas con estos medios; por ejemplo los niños y niñas que realizan un mayor uso de los mismos estarán más preparados para conversar acerca de música, juegos de video, farándula, entre otros, es decir, favorecería sus ; lo que puede a su vez facilitar su inserción social.

Por su parte, los medios escritos presentan una asociación esperable con las competencias cognoscitivas ya que promueven y facilitan actividades que están más relacionadas con los contextos educativos. De igual forma es posible que esta relación indique la reproducción de los discursos sociales que asocian un frecuente uso de los medios escritos, en particular los libros, con el buen desempeño en el ámbito académico. Parece que los usos informativos de la Internet aún no están teniendo ese impacto, probablemente porque se le asocia a integración social y diversión. Consideramos relevante que los niños y los maestros incorporen el uso de esta tecnología dentro de la práctica pedagógica cotidiana.

A partir de estos datos, se consideró relevante el estudio de los aportes específicos de la Internet. Los datos muestran que el uso de la Internet dirigido al entretenimiento es el que tiene una mayor relevancia en lo que se refiere específicamente a la evaluación de las competencias sociales y físicas. Desde el punto de vista de los usuarios el entretenimiento está asociado a la comunicación y a la búsqueda de informaciones asociados al intercambio y la integración social. Precisamente esta cualidad asociada a esta modalidad de uso de la Internet, se presenta en relación a los nuevos medios, los cuales vistos de forma conjunta tienen un efecto similar.

Resulta relevante el resultado encontrado entre el uso de nuevos medios y de la Internet para el entretenimiento con la percepción positiva de competencias físicas. En este grupo de edad, la percepción de las competencias físicas está íntimamente asociada con la percepción de las competencias sociales y con la integración social efectiva de los niños. Esto por cuanto practicar un

deporte es formar parte de un grupo. Si entendemos los usos de esta manera, la Internet y los nuevos medios ofrecen oportunidades de información y comunicación que favorece la práctica de deportes y de actividad física,

Tanto para el uso general de medios como para el uso de la Internet queda claro que el entretenimiento no es sinónimo de evasión, por el contrario, es una oportunidad de aprendizaje en este caso para la integración social y para la construcción del sí-mismo.

Finalmente, estos resultados están determinados además por la zona de procedencia de los niños y las niñas.

Tanto las competencias cognoscitivas como sociales así como la valoración general son más altas para los niños y niñas que viven en zonas urbanas que aquellos que habitan las zonas rurales del país. Estas diferencias pueden referir tanto a procesos de socialización diferenciales como al impacto de la brecha digital. A la luz de estos resultados se vuelve necesario indagar en los contextos sociales, educativos y de crianza que puedan generar estas diferencias y cómo la asociación entre la zona de residencia y el consumo de tecnologías mediáticas contribuyen al desarrollo del concepto de sí-mismo.

REFERENCIAS

- Attewell, P. Suazo, B. y Batlle, J. (2003) Computers and youn children: social benefits or problem?. *Social Forces*, 82, 277-296
- Bargh, J. y Mckenna, K. (2004) Internet and social life. *Annual Review of Psychology*. 55, 573-590.
- Buckingham, D. (1993). *Children Talking Television. The Making of Television Literacy*. London: Falmer Press.
- Buckingham, D. (2003). Multimedia Childhoods. M.J. Kehily y J. Swann (eds) *Children's cultural worlds*. (p. 183-228). UK : Wiley and Open University
- Cavert, S. y Kotler, J. (2003). Lessons from children's television: the impact of children's television act on children's learning. *Applied Developmental Psychology*, 24, 275-335.
- Calvert, S. & Wilson, B. (2008). *The Handbook of Children, Media and Development*. UK: Balckwell.
- Charlton, M. y Neumann, K. (1990) *Medienrezeption und Identitätsbildung. Kulturpsychologische und kultursoziologische Befunde zum Gebrauch von Massenmedien im Vorschulalter*. Tübingen: Gunter Narr.
- Döring, N. (2003) *Sozialpsychologie des Internet*. Göttingen: Hoegrefe.
- Fiske, S. T. (2004). *Social beings: A core motives approach to social psychology*. New York: Wiley.
- Greenfield, P. Y Yan, X. (2006). Children, adolescent and the Internet. A new field of inquiry in developmental psychology. *Applied Developmental Psychology*, 4, 391-394.
- Groeben N. y Hurrelmann, B. (eds) (2002) *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim: Juventa.
- Gross, E. (2004). Adolescent Internet use. What we expected, what we report?. *Applied Developmental Psychology*, 25, 633-649.

- Harter, S. (1982). The perceived competence scale for Children. *Child Development*, 53, 87-97.
- Harter, S. (2005) The Development of Self-Representations during Childhood and Adolescence. En: M. Leary & Tangney, J. *Handbook of Self and Identity*. (p. 610-642). New York: Guilford.
- Livingstone, S. (2002) *Young People and New Media*. London: Sage.
- Neumann-Braun, K. & Müller-Dohm, S. (2000). *Medien- und Kommunikationssoziologie*. Weinheim: Juventa.
- Oyserman, D. (2003). Self Concept and identity. A. Tesser & N. Schwarz. *Blackwell Handbook of Social Psychology. Intrapersonal Processes*. (pp. 499-517). London: Blackwell.
- Pérez, R. (2003) *Psicología social de la comunicación de masas: introducción a las teorías psicosociales de la comunicación de masas*. San José: IIP-UCR, SIEDIN.
- Pérez, R. (Ed.) (2004). *Psicología y comunicación de masas. Aportes para su desarrollo en Costa Rica*. San José: IIP-UCR, SIEDIN.
- Pérez, R. Rumoroso, A. y Brenes C. (en prensa). La evaluación de sí mismo y el uso de tecnologías de la información y la comunicación en adolescentes costarricenses. *Revista Interamericana de Psicología*.
- Pérez, R. (2008) *Uso de tecnologías de la información y la comunicación en jóvenes del área metropolitana*. Informe final para la Fundación Paniamor y Save the Children (Suecia). San José: Universidad de Costa Rica.
- Pérez, R. & Smith, V. (2006). Uso de medios en niños y niñas de escuelas públicas y privadas de San José. *Revista de Ciencias Sociales*, 112-11.
- Rubin, A (2002). The uses and gratifications perspective of media effects. En: J. Bryany & D. Zillmann. *Media Effects. Advances in theory and research*. (p. 525-548). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Scantlin, R. M. (2008). "Media use across childhood: Access, time and content." In S. L. Calvert & B. J. Wilson (Eds.), *The handbook of children, media, and development* (pp. 51-73). UK.: Blackwell.
- Schell, F., Stolzenburg, E. y Theunert, H. (1999) *Medien-Kompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln*. München: KoPäd.
- Subrahmanyam, K., Greenfield, P., Kraut y Gross (2001). The impact of computer use on children's and adolescent's development. *Applied Developmental Psychology*, 22, 7-30
- Vorderer, P., Klimmt, Ch. & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment: at the heart of media entertainment. *Communication Theory*, 14, 388-408.
- Ward, M. y Rivadeneyra R. (1999) Contributions of Entertainment Television to Adolescents' Sexual Attitudes and Expectations: The Role of Viewing Amount versus Viewer Involvement. *The Journal of Sex Research*, 36, 237-249
- Willis, G. (2005). *Cognitive Interviewing: A tool for improving questionnaire design*. London: SAGE.

Rolando Pérez Sánchez es director del Instituto de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de Costa Rica. Sus áreas de interés son psicología de los usos y efectos de los medios.

Ana María Rumoroso Torres es investigadora del Instituto de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de Costa Rica

David Pérez Fernández es investigador del Instituto de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de Costa Rica

Artículo recibido: 17 de noviembre de 2009

Dictaminado: 10 de agosto de 2010

Aceptado: 15 de septiembre de 2010