Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology - 2009, Vol. 43, Num. 3 pp. 610-617

El Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación y la Evaluación de Sí Mismo en Adolescentes Costarricenses

Rolando Pérez Sánchez[1]
Ana María Rumoroso
Carlos Brenes
Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica

Compendio

En esta investigación se estudió la relación entre el uso de tecnologías de la información y comunicación y la auto-evaluación de las competencias cognoscitivas y sociales que hacen jóvenes costarricenses de instituciones de enseñanza secundaria públicas y privadas de zonas urbanas y rurales. Para esto se llevó a cabo una encuesta con 463 jóvenes costarricenses entre 13 y 17 años de instituciones educativas públicas y privadas y de zonas rural y urbana. Los resultados permitieron identificar dos tipos de modalidades de uso de las tecnologías mediáticas que se asocian con diferentes ámbitos de evaluación de sí mismo: (a) el uso tendiente a favorecer la integración social y la auto-evaluación positiva en la que intervienen la música, los videojuegos y la televisión; (b) y el uso que se distancia del auto-concepto cognoscitivo-escolar positivo. En esta modalidad actúan de forma directa tanto los videojuegos y la televisión como la computadora y la internet, tecnologías que son utilizados por los jóvenes para la comunicación y el entretenimiento.

Palabras clave: Tecnologías de la información y la comunicación; Evaluación de sí-mismo; Uso de medios masivos de comunicación.

The Use of Information and Communications Technologies and the Self-Evaluation among Costa Rican Adolescents

Abstract

This study inquires the relationship between information and communications technologies and the self-evaluation of cognitive and social competences by Costa Rican high school adolescents from public and private institutions in urban and rural areas. For this purpose, a survey was administered among 463 Costa Rican adolescents, between 13 and 17 years old, of public and private educational institutions located in rural and urban areas. Different modalities of media use were identified. These modalities are associated with different aspects of self-evaluation. More specifically, the results show: (a) a use that tends to favor social integration associated with old media and positive self-evaluation linked to video games; (b) the uses that distance from positive cognitive-academic self-concept. Video games, television, computers and the internet act directly in this modality.

Keywords: Information and communication technologies; Self-evaluation; Media uses.

Investigaciones en diferentes paises han puesto de relieve el significado de los medios de comunicación, o de forma global de las tecnologías de la información y el conocimiento (TIC), en la estructuración de la identidad, en la construcción de las cogniciones sociales y las representaciones acerca del mundo social, así como en la organización de las interacciones, ya que desempeñan un papel relevante en el proceso de socialización y ofrecen, junto con otros agentes socializadores, estructuras de pensamiento, interacción y acción (Barker, 1997; Buckingham, 1993; Döring, 2003; Giles, 2003; Greenfield & Yan, 2006; Schell, Stolzenburg, & Theunert, 1999).

Tal como lo plantea el modelo de los usos y gratificaciones (Rubin, 1996), el uso mediático está orientado por ciertas motivaciones de orden psicológico. Para la consecución de este fin las personas actúan selectivamente escogiendo los medios, los contenidos y las combinaciones de medios y contenidos que le permitan satisfacer sus necesidades o canalizar sus motivaciones (Hasebrink, 2006). En este contexto los medios también pueden ejercer una influencia sobre los individuos y grupos. Ahora bien, el uso de los medios y la incidencia de estos, va a estar mediado por factores contextuales, socio-estructurales, psicológicos y comunicativos, sin los cuales no es posible entender la relación medio-usuario.

El uso de una tecnología o su uso combinado se lleva a cabo de conformidad con las necesidades, tareas e intereses que sobresalen en determinado momento del

[1] Dirección: Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigaciones Psicológicas, Ciudad Universitaria "Rodrigo Facio" San José, Costa Rica. E-mail: rolarez@gmail.com

curso de la vida y del desarrollo de las identidades sociales, y del concepto de sí-mismo. Las tareas de desarrollo propias del periodo adolescente hacen que los medios cobren particular importancia. La reflexividad en torno al concepto de sí-mismo, la integración social extrafamiliar, las tensiones socio-emocionales de independencia-dependencia respecto a las figuras maternas o paternas, así como las nuevas demandas cognoscitivas y físicas, son tareas que muchos de los y las jóvenes afrontan y en el que las TIC puede ocupar un lugar contribuyendo al afrontamiento activo, la distracción o su evitación (Dusek & McIntyre, 2003; Zimmer-Gembeck & Collins, 2003). En este sentido, no solo el uso sino también la tenencia de tecnologías, en tanto predictor distal del uso, parece tener relevancia en dimensiones asociadas al sí-mismo y la identidad personal, como la autoestima, el concepto de sí-mismo o las habilidades sociales (Döring, 2003).

Un elemento que según algunas investigaciones sobre adolescencia cobra vital importancia es la evaluación de sí-mismo, tanto la global como la asociada a dominios específicos. La reflexión cotidiana sobre el sí-mismo supone valorar aspectos como las competencias cognoscitivas-académicas, sociales o físicas (Dusek & McIntyre, 2003). Al respecto, Harter (2005) supone que las personas no solo hacen una evaluación general de sí mismos, sino que esta implica la reflexión sobre dominios específicos, precisamente asociados a las competencias anteriormente señaladas. En el presente estudio, nos concentramos, junto con la auto-evaluación general, en la auto-evaluación de las competencias sociales y académicas, al ser ámbitos directamente asociados a las TIC y al empleo que hacen las personas usuarias.

Según Schreier (2006), el tipo de uso mediático está asociado al bienestar psicológico general, resultando los aspectos ligados a la evaluación de sí-mismo un aspecto fundamental de la valoración de dicho bienestar. Por otro lado, se ha asociado diferentes respuestas socio-emocionales con diferentes contenidos mediáticos. Estas asociaciones son producto de la interacción continua con los medios, favoreciendo la exposición selectiva no solo a contenidos sino a las tecnologías mediáticas mismas, orientándose los usos de acuerdo con las situaciones a las que están haciendo frente las personas o sus estados de ánimo (Raney, 2006).

El estudio buscó indagar en la relación entre la propriedad, el tiempo libre, el uso general de medios las modalidades de uso de las TIC y la auto-evaluación de los jóvenes participantes en el estudio, particularmente en aquellos aspectos ligados a la evaluación de las competencias cognoscitivas y sociales, así como la evaluación general. El estudio de esta asociación se llevó a cabo considerando el papel que juegan variables sociodemográficas como sexo, zona de residencia y el tipo de institución de enseñanza (público o privado).

Método

Participantes

Participaron del estudio 459 jóvenes de entre los 13 y los 17 años, distribuidos homogéneamente según sexo (231 hombres y 228 mujeres), zonas de residencia (239 en urbana y 220 en rural) y tipo de centros de enseñanza secundaria en la que estudian (229 públicos y 230 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 (Tabla 1).

Tabla 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	57	63	120	51	60	111
Mujeres	60	40	100	61	67	128
Total	117	103	220	112	127	239

Procedimientos e Instrumentos

Se diseñó un cuestionario auto-administrado, el cual fue aplicado en las aulas de clase en diferentes centros de enseñanza. En la primera página se detallaban los objetivos del estudio y se presentaba el consentimiento informado. Los estudiantes expresaban 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 20 y 40 minutos.

Dicho cuestionario consideró las siguientes variables: intensidad de uso de diferentes medios de comunicación (televisión, radio, CDs, libros, periódicos, computadora, internet, videojuegos), posesión familiar de tecnologías mediáticas, posesión del/a joven de algunas de esas tecnologías en sus dormitorios, variedad de actividades de tiempo libre y tres dimensiones de la valoración de sí-mismo: autoestima, auto-concepto cognoscitivo-escolar y auto-concepto social.

La intensidad de uso de medios se midió mediante preguntas directas sobre la frecuencia con que se usan ocho 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 sies 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".

Para medir la posesión familiar de tecnologías mediáticas se solicitó a los participantes indicar cuáles de las siguientes tecnologías poseen sus familias: Televisión, Equipo de sonido con lector de CD, Televisión por cable, Teléfono, Radio-grabadora, VHS, DVD,

Computadora, Consola de juegos (por ejemplo. Gameboy o Play-station), Acceso a Internet, Cámara de video, Lector de MP3. De igual manera se midió la presencia de estas tecnologías en los dormitorios de los y las jóvenes participantes. A partir de las respuestas se construyeron dos índices: el índice de tenencia de medios en el hogar y el índice de tenencia de medios en la habitación del o la joven sobre la base de la sumatoria de la cantidad de medios señalados, en donde altas puntuaciones indican una mayor tenencia de medios.

Para medir el uso tiempo libre se les ofreció a las participantes una serie de actividades asociadas al los espacios de ocio como "Estar con amigos", "Estar con el novio o novia" "Ver televisión", "Usar la computadora", "Leer", "Practicar deportes". "Ir al cine. "Participar en grupos religiosos", "Realizar actividades artísticas, "Ayudar en la casa", entre otras. Los y las participantes indicaban la frecuencia de realización de las actividades mediante una escala de tres puntos: 1 = nunca, 2 = a veces, 3 = siempre. Para cada sujeto se calculó un índice de tiempo libre a partir de la sumatoria de las respuestas a estos reactivos, en donde altas puntuaciones indican una mayor cantidad de actividades realizadas en el tiempo libre.

La autoestima se midió utilizando ocho reactivos de la Escala de auto-estima de Rosenberg (Smith, 2003). Ejemplos de estos reactivos son: "Siento que soy una persona tan valiosa como las demás", "En general estoy satisfecho/a conmigo mismo/a", "De vez en cuando pienso que no soy bueno/a para nada" (inverso). Los y las jóvenes contestaron cada reactivo en una escala Likert de 4 puntos de 1 (totalmente en desacuerdo) a 6 (totalmente de acuerdo). El nivel de autoestima global de cada individuo se estimó mediante la suma de las respuestas a los ocho reactivos, una vez recodificados los reactivos inversos, en donde altas puntuaciones indican altos niveles de autoestima. El Alfa de Cronbach (*a*) de los ocho reactivos es de 77.

El auto-concepto cognoscitivo-escolar se midió mediante un diferencial semántico desarrollado para la presente investigación, compuesto por de 9 pares de adjetivos separados por una escala de 6 puntos que refiere al desempeño individual en el colegio. Ejemplos de los pares de adjetivos utilizados son creativo-copiador, reflexivo-impulsivo, inteligente-tonto, perfeccionista-mediocre. Una vez unificada la dirección de los pares de adjetivos se procedió a calcular el promedio de las respuestas de los y las participantes en esta dimensión, en donde altas puntuaciones indican una valoración positiva del si mismo en el plano cognoscitivo en el contexto escolar. El índice de consistencia interna alfa de Cronbach de esta escala fue de 72.

El auto-concepto social se midió también mediante un diferencial semántico de 7 pares de adjetivos referidos a habilidades sociales (por ejemplo: solidario-egoísta, cooperador-jingoísta, amistoso-odioso, sociable-apartado). El índice de consistencia interna alfa de Cronbach de esta escala fue de .77.

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 tres regresiones jerárquicas, una para cada una de las mediciones de la autoevaluación como criterios y las características sociodemográficas, los usos de los medios y el tiempo libre como predictores.

Resultados

Estructura del Uso Mediático

Con el objetivo de identificar la estructura del uso mediático 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 Tabla 2). Específicamente se encontraron cuatro factores con valores propios mayores a 1. El primer factor, con un valor propio de 1,72 y una varianza explicada de 21,56%, agrupa los nuevos medios (Internet y computadora). El segundo factor, con una valor propio de 1,24 y una

Tabla 2
Resultados de Análisis Exploratorio de Factores de las Modalidades de Uso Mediático (*)

	Factores			
	Nuevos medios	Medios orientados al entretenimiento	Música	Medios escritos
Valor propia	1,72	1,24	1,21	1,17
Varianza explicada	21,56	15,5	15,19	14,63
periódicos				,854
CDs			,725	
libros				,613
radio			,763	
televisión		,782		
computadora	,853			
juegos de video		,618		
internet	,847			

Nota. (*) Componentes principales. Se presentan las cargas factoriales mayores a .30.Varianza total explicada= 69,69%.

varianza explicada de 15,5% agrupa medios orientados al entretenimiento (TV y juegos de video). El tercer factor, con una valor propio de 1,21 y una varianza explicada de 15,19%, agrupa las tecnologías asociadas con la música (CDs y radio) y el cuarto factor, con un valor propio de 1,17 y una varianza explicada de 14,63%, reúne los libros y periódicos y por tanto se denominó medios escritos. A partir de estos resultados se creó un índice global del uso de medios e índices específicos para cada dimensión de uso de cada una de esas dimensiones.

Correlaciones entre las Variables de Estudio

Los análisis de correlación muestran una relación moderada positiva entre la autoestima global, el auto-concepto académico y el auto-concepto social (*rs* = .23, .31 y .38, *ps* < .01) lo que indica que se trata de dimensiones particulares de una valoración general del sí mismo (ver Tabla 3).

La autoestima presenta una asociación positiva con la tenencia de medios en el dormitorio (r = .17, p < .01), el índice de uso general de medios (r = .15, p < .01) y los medios orientados a la diversión (r = .14, p <

Tabla 3
Medias, desviación típicas e índices de consistencia interna de las escalas y correlaciones simples entre las variables en estudio

	M	DT	α	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Autoestima	27,052	3,824	.77	,232**	,312**	,033	,173**	,261**	,146**	,063	,137**	,012	,052
2. Auto-concepto académico	33,793	5,208	.72	–	,382**	,024	,065	,129*	-,016	,063	-,170**	,056	,109*
3. Auto-concepto social	29,440	3,996	.77		–	,038	,106*	,258**	,077	,009	-,033	,159**	-,038
4. Tenencia medios casa	7,866	2,793	–			–	-,179**	-,001	,163**	,210**	,049	,050	,095*
5. Tenencia medios cuarto	3,922	2,738	–				–	,157**	,284**	,322**	,202**	,018	,036
6. Tiempo libre	15,18	3,11	–					–	,357**	,262**	,158**	,165**	,146**
7. Uso general de medios	42,875	6,797	–						–	,647**	,489**	,385**	,407**
8. Nuevos Medios	8,847	2,505	–							–	,268**	-,019	,162**
9. Medios entretenimiento	9,428	2,056	–								–	,003	,034
10. Música	9,825	2,053	–									–	-,037
11. Medios escritos	6,315	2,109	–										–

*p < .05. **p < .01.

.01) y la variedad de actividades en el tiempo libre (r = .26, p < .01). Aquellos jóvenes que poseen más medios en sus dormitorios, usan más medios en general, usan más medios orientados a la diversión y tiene una mayor variedad de actividades en el tiempo libre, presentan niveles de autoestima superiores a sus compañeros que poseen menos medios y los usan menos.

El auto-concepto académico muestra una asociación negativa con los medios orientados a la diversión (r = -.17, p < .01) y positiva en relación a los medios escritos (r = .11, p < .05) y la variedad de actividades en el tiempo libre (r = .13, p < .05). Aquellos jóvenes que tienen una valoración más positiva del sí mismo en el ámbito académico tienden a usar menos medios orientados a la diversión, más medios escritos y un tiempo libre más variado que aquellos jóvenes que poseen niveles inferiores de auto-concepto académico.

El auto-concepto social se relaciona positivamente con la tenencia de medios en el cuarto (r = .11, p < .05) y con las tecnologías de reproducción musical. (r = .16, p < .01) y la variedad de actividades en el tiempo libre (r = .26, p < .01). Aquellos jóvenes con una valoración más positiva de sus habilidades sociales tienden a tener más tecnologías mediáticas en sus habitaciones, más aparatos de reproducción musical y un tiempo libre más variado que sus compañeros con menores niveles de auto-concepto social.

Adicionalmente se encontró una asociación negativa entre la tenencia de medios en la casa y la tenencia de medios en la habitación del o la joven (r = -.18, p < .01), de forma tal que un mayor equipamiento de la habitación parece relacionarse con un menor equipamiento compartido por todos los integrantes de la familia.

Finalmente, el índice de uso general de medios se asocia positivamente con la tenencia de medios tanto en la casa (r = .16, p < .01) como en la habitación (r = .28, p < .01). El uso, evidentemente, está potenciado por la posibilidad de tener acceso a las tecnologías en el entorno inmediato.

Predictores de las Dimensiones de la Valoración Personal

Para conocer el impacto relativo del el sexo, la edad, el tipo de colegio, la zona de residencia, la variedad del tiempo libre, la tenencia mediática, el uso general de medios y las modalidades de uso sobre la autoestima global, el auto-concepto académico y el auto-concepto social, se calcularon tres modelos de regresión, uno para cada una de las dimensiones de la valoración personal como criterio (ver Tabla 4).

Tabla 4
Regresiones lineales de las dimensiones de evaluación de sí mismo

	Criterios		
	Autoestima	Auto-concepto Cognoscitivo-escolar	Auto-concepto Social
Predictores	β	β	β
Sexo	-,077	-,026	,001
Edad	,055	-,031	-,141**
Tipo de Colegio	-,040	,045	-,009
Zona	,052	,045	-,035
Tenencia de medios en la casa	,123*	,069	,109*
Tenencia de medios en el dormitorio	,258**	,115	,138*
Uso general de medios	-,199	,160	-,037
Tiempo Libre	,264**	,141*	,251**
Medios orientados al entretenimiento	,204**	-,232**	-,090
Nuevos medios	-,018	-,229**	-,047
Música	,013	-,018	,150*
Medios escritos	,053	,046	-,041
Ajuste			
R^2	.385	.314	.354
F	5,71**	3,19**	4,33**
	(gl 12, gl 393)	(gl 12, gl 350)	(gl 12, gl 363)

*p < .05. ** p < .01.

El modelo general para la predicción de la autoestima a partir de las variables sociodemográficas, la riqueza del tiempo libre, la tenencia mediática, el uso de medios y las modalidades de uso resultó significativo (R^2 = .39, $F_{12,393}$ = 5,71, p < ,01). La tenencia de medios en la casa (β = .123, p = <.05), pero principalmente la riqueza del tiempo libre (β = .264, p = <.01), la tenencia de medios en el dormitorio (β = .258, p = <.01) y el uso de medios orientados al entretenimiento (β = .204, p = <.05) emergieron como los predictores significativos de la autoestima global. La autoestima se asocia positivamente con la tenencia de medios en la casa y en la habitación del o la joven de modo que a mayor tenencia aumenta también la autoestima. El empleo intenso y variado del tiempo libre y el uso intensivo de la televisión y los videojuegos están altamente asociados a puntajes altos en la escala de autoestima, una vez controladas las otras variables del modelo.

Por su parte, el modelo general de predicción del auto-concepto cognoscitivo-escolar también resultó significativo (R^2 = .39, $F_{12,350}$ = 3,19, p < ,01). El autoconcepto cognoscitivo-escolar parece estar definido de forma positiva por la variedad del tiempo libre (β = .141, p = <.05), pero principalmente y de manera negativa por los medios orientados al entretenimiento (β = -.232, p < .01) y los nuevos medios (β = -.229, p < .01), específicamente la computadora y la internet. Los y las jóvenes que hacen un uso variado e intenso del tiempo libre, pero al mismo tiempo un bajo uso de los medios de entretenimiento y de los nuevos medios presentan niveles de auto-concepto académico mayores que los y las jóvenes que presentan un tiempo libre menos rico y diverso, y un mayor uso medios de entretenimiento y de los nuevos medios.

Finalmente, el modelo de predicción del autoconcepto social resultó también significativo (R^2 = .39, $F_{12,383}$ = 4,33, p < ,01). Los principales predictores del auto-concepto social son el tiempo libre (β = .251, p < .01), el uso de medios asociados a la música (β = .150, p < .05), edad (β = -.141, p < .01) y la tenencia de medios en la casa (β = .109, p < .05) y en el dormitorio (β = .138, p < .05). Tener una menor edad, acceder a un mayor número de medios tanto en la casa como en el dormitorio, emplear de manera variada el tiempo libre y usar intensivamente tecnologías asociadas a la reproducción musical caracterizan a las personas con un autoconcepto social alto.

Discusión

Dos variables tienen un efecto generalizado en la evaluación de sí-mismo que hacen los jóvenes estudiados: el uso variado e intenso del tiempo libre y el número de aparatos en la habitación del o la joven. De las dos variables el índice de tiempo libre parece ser el que tiene una incidencia global más clara. Dicho índice integra el uso de medios, la participación en grupos organizados, actividades individuales, así como la realización de actividades con la familia, con los pares o con la pareja. Se puede concluir entonces que el empleo diverso del tiempo libre, incluido dentro de este el uso de medios, incide sobre la evaluación de sí-mismo tanto sobre los ámbitos particulares como en la evaluación general.

Al tener los jóvenes mayor diversidad de actividades es probable que tengan la oportunidad de hacer contacto con un mayor y más diverso número de personas, aspecto que puede explicar la evaluación de las competencias sociales que hacen los adolescentes. Ahora bien, el tiempo libre no solo aporta a la habilidad social percibida sino también a la valoración de las competencias cognoscitivas en el contexto escolar, ofreciendo oportunidades de aprendizaje que se vinculan con su desempeño académico percibido.

En lo que respecta a los índices de tenencia de medios en la casa y en la habitación, las interpretaciones deben ser cautelosas. Es posible que le tenencia de medios provea al y la joven de múltiples posibilidades de acceso a información, entretenimiento y comunicación. Igualmente le ofrece la capacidad de dominio técnico sobre los aparatos. Esto puede dar la sensación de control sobre estos ámbitos y favorecer tanto la valoración individual general positiva como la evaluación positiva de sus atributos en el plano interpersonal. Ahora bien esta explicación es aún limitada, y debe darse un paso más allá, en dirección al estudio del contexto social de la tenencia, en concreto, del contexto familiar. Es posible que el o la joven se ubique en una familia que promueve la independencia, la iniciativa personal, la experimentación, además de que podría tratarse de estilos de crianza autoritativos o más bien permisivos. A su vez es necesario investigar con mayor profundidad cómo los jóvenes elaboran diversos usos individuales y combinados de los medios que poseen, a partir de las aspiraciones, intereses y necesidades propias de su ciclo vital, enmarcadas estas dentro de sus contextos interpersonales, familiares y escolares específicos. Estas apreciaciones deben verse como hipótesis que, como otras en el presente estudio, deben de estudiarse en futuras investigaciones.

La identificación de una estructura del uso mediático nos permitió acercarnos a las modalidades de uso. La música, tienen un papel relevante en la percepción de las competencias sociales, lo que se supondría que estaría contribuyendo de forma significativa a la integración social, como ya ha sido señalado en otros estudios (Kehily & Swann, 2003; Livingstone, 2002). Este resultado puede ser explicado en el marco del periodo

del curso vital en estudio, de modo que el consumo musical está orientado no solo a la integración y la identificación social sino también a la afirmación dentro del grupo de pares. El estar al tanto de lo que pasa en la música le permite a los jóvenes compartir preferencias, tener temas de conversación, compartir identificaciones y espacios de construcción de sí-mismos posibles.

Medios asociados a la diversión, el entretenimiento y la comunicación, como son la televisión, los videojuegos o el internet, presentan una asociación negativa con la evaluación que hacen los jóvenes de sus cualidades en el ámbito escolar. Es posible que los usuarios intensivos de estos medios tengan una baja motivación hacia actividades académicas específicas del contexto escolar, aunque no necesariamente posean una baja motivación hacia otras actividades de aprendizaje propias de demás contextos de la vida del joven. Por tanto, esto lleva a considerar, entre otras interrogantes, las particularidades del procesamiento de la información que hacen los jóvenes en situaciones de aprendizaje basadas en el juego digital y la relación con su motivación hacia el aprendizaje. Como resultado de desarrollarse en un ambiente digital y la cantidad de interacción que los jóvenes han invertido con este, los estudiantes de hoy en día piensan y procesan la información fundamentalmente diferente que generaciones anteriores. Ya no son las personas sobre las cuales el sistema educativo que los educa fue diseñado. Sus modos de aprender han cambiado radicalmente y, por lo tanto, deben ser motivados de nuevas formas (Prensky, 2005).

Otra posibilidad de explicación es que los usuarios intensivos del estudio hagan eco del discurso adulto sobre estos medios, que muchas veces los estigmatiza. En este sentido, como lo han mostrado diferentes estudios, existe la posibilidad de que los videojuegos o el internet potencien habilidades cognoscitivas que posiblemente no están siendo percibidas por los mismos adolescentes. El contexto de aplicación del instrumento utilizado para el presente estudio (contexto meramente educativo) pudo haber generado cierto distanciamiento entre la percepción de las habilidades cognoscitivas de los jóvenes y las habilidades reales que poseen. Todos estos resultados requieren de mayor investigación.

En resumen es posible identificar dos tipos de modalidades de uso de las tecnologías mediáticas que se asocian con diferentes ámbitos de evaluación de sí mismo: (a) aquel uso tendiente a favorecer la integración social y la auto-evaluación positiva en la que intervienen la música, los videojuegos y la televisión; (b) los usos que se distancian del auto-concepto cognoscitivo-escolar positivo. En esta modalidad actúan de forma directa tanto los videojuegos y la televisión como la computadora y el internet, medios que son utilizados por los jóvenes para la comunicación y el entretenimiento. Se requiere del desarrollo de investigaciones que indagan en estas dos modalidades de uso.

Estos resultados pueden tener implicaciones fundamentales a nivel educativo. Esto es posible entenderlo en el plano tanto de una pedagogía de medios como de una educación que hace un uso significativo de los medios. Si el ámbito de la integración social es tan importante en la adolescencia, es posible hacer un uso de los medios orientados a ese fin para diversas actividades pedagógicas. Si como en el caso de los video-juegos, parecen ser una importante herramienta de auto-evaluación positiva, es posible utilizarlos con fines pedagógicos. Así mismo, recurriendo a la convergencia mediática y a los modos de uso se puede promover el uso de libros de forma combinada con los otros medios, valiéndose de las competencias que esos otros medios promueven. Igualmente se puede hacer uso de las redes sociales generadas por la internet como comunidades de aprendizaje, promoviendo las estrategias colaborativas. Esto lleva a redimensionar qué entender por aprendizaje significativo, en tiempos de una sociedad multimediática, caracterizada sin embargo, por las contradicciones y desigualdades sociales.

Referencias

Barker, C. (1997). Television and the reflexive project of the self: Soaps, teenage talk and hybrid identities. *British Journal of Sociology*, *48*, 611-628.

Buckingham, D. (1993). *Children talking television. The making of television literacy.* London: Falmer Press.

Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet*. Göttingen, Germany: Hoegrefe.

Dusek, J., & McIntyre, J. (2003). Self-concept and self-esteem development. In G. Adams & M. Berzonsky (Eds.), *Blackwell handbook of adolescence* (pp. 290-310). Oxford, UK: Blackwell.

Giles, D. (2003). *Media psychology*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Greenfield, P., & Yan, X. (2006). Children, adolescent and the internet. A new field of inquiry in developmental psychology. *Applied Developmental Psychology, 4,* 391-394.

Harter, S. (2005). The development of self-representations during childhood and adolescence. In M. Leary & J. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (pp. 610-642). New York: Guilford.

Hasebrink, U. (2006). Mediennutzung und medienwirkung. In Hans Bredow Institut, *Forschungsbericht 2005/2006* (pp. 42-47). Hamburg, Germany: Universität Hamburg.

Kehily, M. J., & Swann, J. (2003). Children's cultural world. London: Open University.

Livingstone, S. (2002). *Young people and the media*. London: Sage.

Prensky, M. (2005). Computer games and learning: Digital-game based learning. In J. Raessens & J. Goldstein (Eds.), *Handbook of computer games studies* (pp. 97-122). Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology.

Raney, A. (2006). The psychology of disposition-based theories of media enjoyment. In J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 389-404). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Rubin, A. (1996). The uses and gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann. (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigación y teoría* (pp. 137-150). Madrid, España: Paidós.

Schell, F., Stolzenburg, E., & Theunert, H. (1999). *Medien-kompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln*. München, Germany: KoPäd.

Schreier, M. (2006). (Subjective) Well-being. In J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychology of entertaiment* (pp. 389-404). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Smith, V. (2003). *Acculturation and psychological adaptation*. Hartford, CT: Greenwood Press.

Zimmer-Gembek, M., & Collins, A. (2003). Autonomy development during adolescence. In G. Adams & M. Berzonsky (Eds.), *Blackwell handbook of adolescence* (pp. 175-204). Oxford, UK: Blackwell.

Received 27/11/2008
Accepted 15/03/2009

Rolando Pérez Sánchez. Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigaciones Psicológicas, San José.
Ana María Rumoroso. Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigaciones Psicológicas, San José.
Carlos Brenes. Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigaciones Psicológicas, San José.