



Universidad
Latina

UNIVERSIDAD LATINA

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

CON INCORPORACIÓN A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CON CLAVE 8344-25

EL USO DE REDES SOCIALES (FACEBOOK) Y SU INFLUENCIA EN LA
CONSTRUCCIÓN DE LA AUTOESTIMA Y AUTO CONCEPTO EN
ADOLESCENTES.

TESINA

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

QUE P R E S E N T A:

MIRIAM ALEJANDRA PEÑA SOLIS

ASESOR DE TESINA:

MTRO. DAVID VARGAS GONZALEZ

Cuernavaca, Morelos Agosto 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

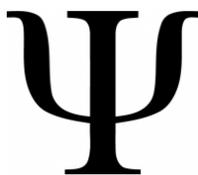
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Agradecimientos	4
Resumen	5
Introducción	6
<i>Capítulo I</i>	
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 Planteamiento del Problema	9
1.2 Pregunta de Investigación	11
1.3 Objetivos (General y Específicos)	11
1.4 Justificación	11
1.5 Limitaciones de estudio	15
<i>Capítulo II</i>	
REDES SOCIALES	
2.1 ¿Qué son las redes sociales?	16
2.2 Historia de las Redes Sociales	16
2.3 Clasificación de las Redes Sociales	20
2.3.1 Redes Sociales Horizontales	20
2.3.2 Facebook (Surgimiento e Influencia)	22
2.3.3 Twitter	25
2.4 Redes Sociales Verticales	30
2.5 Contenidos de las Redes Verticales	31
<i>Capítulo III</i>	
ADOLESCENCIA Y PERSONALIDAD	
3.1 Adolescencia	35
3.2 Efectos psicológicos de la adolescencia	37
3.3 Pensamiento y Razonamiento en el adolescente	38
3.4 El yo y la identidad en la adolescencia	41
3.5 Adolescencia y comportamiento antisocial	43
3.6 Personalidad y carácter	44
3.7 Un test para evaluar la personalidad: Facebook	46
3.7.1 Foto de perfil en Facebook	49
3.7.2 Orientación Social o Narcisismo	54
<i>Capítulo IV</i>	
AUTOESTIMA, AUTOCONCEPTO Y AUTOIMAGEN	
4.1 Concepto de Autoestima	55
4.1.1 Niveles de Autoestima	55
4.2 ¿Cómo se forma el autoestima?	57
4.3 La autoestima en Adolescentes	60
4.4 Autoconcepto	61
4.5 Autoimagen	63

<i>Capítulo V</i>	
METODOLOGÍA	
5.1 Metodología de la Investigación	66
5.2 Enfoque de la Investigación	68
5.3 Definiciones Operacionales	68
<i>Capítulo VI</i>	
DISCUSIONES Y CONCLUSIÓN	70
<i>Capítulo VII</i>	
PROPUESTA	78
BIBLIOGRAFÍA	91



*“Quiero subrayar mi orgullo por ser universitario.
Eso lo lleva uno en la piel, en la sangre,
en ese continente del alma que llamamos corazón”*
Dr. José Narro Robles.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme fortaleza, sabiduría e iluminar mi camino para concluir este trayecto que creía interminable, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres gracias por apoyarme siempre, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Agradezco su apoyo incondicional en cada momento, gracias por haber creído en mí aún en esos momentos cuando pensé que no podía. Gracias por ser mi luz, mi fortaleza, mis guías...Gracias por no soltarme nunca e impulsarme siempre para lograr mis sueños, pero sobre todo gracias por ser mi gran ejemplo de vida y mi más grande inspiración.

A mi hermano, GRACIAS por haber sido esa luz que me permitió darme una nueva oportunidad en la vida. Gracias por enseñarme a ver las cosas desde otra perspectiva, por enseñarme *“Que el agua no hace daño y la fruta limpia sabe mejor”*. Gracias por ser mi gran maestro de vida y mi mejor amigo.

Alonso hijo, posiblemente en este momento no entiendas mis palabras, pero para cuando seas capaz de hacerlo, quiero que te des cuenta de lo que significas para mí. Eres la razón de que me levante cada día para esforzarme y trabajar por el presente y el mañana, eres mi principal motivación. Eres el mayor de mis logros y mi orgullo más grande, gracias por ser mi fuerza mi amor.

Y gracias a la persona que me acompañó durante estos 4 años y me dió las herramientas para plasmar todos mis conocimientos, *profe* David, gracias por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Hizo fácil lo difícil, me ayudó a hacer posible lo que creía imposible. Ha sido un honor contar con su guía y ayuda.

Miriam Alejandra Peña Solís

RESUMEN

El uso de las redes sociales representa en la actualidad una tarea que se le puede calificar de *necesaria* en el contexto de la tecnológica sociedad en la que vivimos, parece que el hecho de comunicar y compartir el estado de ánimo y eventos importantes del día a día se ha vuelto indispensable en la dinámica de los usuarios de las mismas; las redes sociales son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. El incremento de estos nuevos recursos sociales, por medio de los cuales los usuarios crean, comparten y consumen información de una forma innovadora ha derivado, por una parte, en la extinción de la *intermediación*, ya que hoy los usuarios tiene acceso directo a las fuentes que proveen la información, y por otro lado en la generación abundante de contenido de muy diversa procedencia. Información que desafortunadamente llega a manos de individuos que en ocasiones no tienen el suficiente criterio para diferenciar, si se trata de una fuente fidedigna o solo de un nota amarillista, y este sector de la población generalmente son los adolescentes quienes empiezan a concretar una valoración sobre su entorno.

La presente investigación analizará y explicará cómo la autoestima y el autoconcepto de los adolescentes se ven influenciados por el uso de las redes sociales. Estos conceptos son de gran importancia debido a que representan parte de la consolidación de la personalidad del sujeto, posibilitan al adolescente una mejor entrada en la vida adulta con un desarrollo psíquico y emocional óptimo.

En el análisis del tema de investigación se expondrá una propuesta donde se ofrecerá una guía de educación para padres y adolescentes para infórmalos sobre el uso y la prevención de riesgos en redes sociales buscando con esto sensibilizar sobre la influencia tan importante que tienen las mismas en la consolidación de la autoestima y autoconcepto como parte de la personalidad de los adolescentes.

Palabras Clave: *Autoestima, Autoconcepto, Redes Sociales, adolescencia*

INTRODUCCIÓN

La inquietud por realizar este trabajo surgió de la idea de que hoy en día los medios de comunicación son los responsables de la construcción de la ideología de los jóvenes y su comportamiento se ve influenciado por el uso de las nuevas tecnologías. En el caso específico del internet y las redes sociales, se puede observar cómo la información se desenvuelve rápidamente y como en todo, tiende a haber un sesgo, dicha información mal planteada llega a manos de individuos que no cuentan con el suficiente criterio para conceptualizarla, este sector por lo general son los adolescentes, quienes por la etapa en la que atraviesan se encuentran en un periodo de consolidación de sus ideas; por lo que en esta investigación se pretenderá explicar cómo el uso de las redes sociales afecta la construcción de la autoestima y el auto concepto en los mismos.

Para iniciar se abordará el tema, ¿Qué son las redes sociales?, se explicará cuál es su origen, historia, clasificación; se aborda el caso específico de Facebook y Twitter que en la actualidad son dos de las redes sociales que más impacto tienen sobre la población adolescente, permitiéndole a éstos, ser protagonistas de ese espacio y dándoles libertad de expresar sus ideas.

Como se menciona en el título de este trabajo se explicarán conceptos como adolescencia y personalidad, en el caso del primero se dará una visión sobre lo que la adolescencia implica, tocando puntos como los efectos psicológicos de la misma, el comportamiento antisocial, el pensamiento y el razonamiento.

También se expondrán los conceptos de personalidad y carácter, mencionando las diferencias entre cada uno. Y por supuesto se hablará sobre la forma que tienen los adolescentes de mostrar su personalidad e intimidad por medio de Facebook.

Por otro lado, se explicará lo que es la autoestima, autoconcepto y autoimagen; ¿cómo se consolida? y la influencia social que tiene la sociedad en la construcción de estas estructuras.

Y finalmente se propondrá un plan de trabajo, presentando una *Guía de educación para padres y adolescentes para la prevención de riesgos en el uso de*

redes sociales; por medio de este plan de trabajo se pretenderá sensibilizar a los padres de familia sobre la situación actual del uso de las nuevas tecnologías, en este caso específicamente, redes sociales (Facebook), cómo el mal uso de estas puede afectar de una forma trascendental el desarrollo de la autoestima durante la etapa de la adolescencia. Se les ofrecerá una opción para saber manejar dicha situación y alternativas de prevención.

Imagen 1. “Transformaciones económicas, socioculturales e institucionales”, tomada del portal *generacion.wifi.pieb.org*

En la siguiente imagen se explica brevemente cuál es el uso que le dan los jóvenes a las redes sociales mencionando como las redes más populares a Facebook y Twitter.

¿QUÉ HACEN LOS JÓVENES EN LAS REDES SOCIALES?

Facebook es la red social preferida por los jóvenes, generalmente llegan a YouTube por un enlace en Facebook, y conocen poco de Twitter, siendo los ciberactivistas quienes hacen mayor uso del Twitter.

HACEN UNO O VARIOS DE ESTOS USOS:

- FEISGONEO:** Stalkear, espiar sin dejar rastros.
- CLIKITIS:** Dar Me Gusta y/o Compartir sin comentar.
- FEISCAPARATISMO:** Publicar actividades personales, emociones y sentimientos.
- CIBERREACCIONISMO:** Publicar sobre temas coyunturales elegidos de forma individualista.
- CIBERACTIVISMO:** Gestión de causas sociales online, en la calle y/o mediante mecanismos formales.

LOS USOS DEPENDEN DE:

- INTERESES
- FRECUENCIA DE ACCESO
- CONOCIMIENTO DE LA PLATAFORMA
- APROPIACIÓN DE LA RED SOCIAL

LOS JÓVENES...

CONSTRUYEN PROGRESIVAMENTE UNA NUEVA FORMA DE HACER CIUDAD TOMANDO DISTANCIA DEL ADULTOCENTRISMO, EL PATERNALISMO Y LAS JERARQUÍAS.

CONSIDERAN FACEBOOK COMO UNA DE LAS PRIMERAS HERRAMIENTAS A LA HORA DE PROMOVER X CAUSA JUNTO CON OTRAS MEDIDAS.

LAS RAZONES SON:

- DESCONFIAN DE LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS TRADICIONALES, PERO RECONOCEN SU ALTA PENETRACIÓN SOCIAL. DE ACUERDO AL CONTEXTO, TAMBIÉN CONSIDERARÍAN MEDIOS COMUNITARIOS.
- LIBERTAD DE CONTENIDO
- RAPIDEZ
- MASIVIDAD

PARTICIPACIÓN: BUSCAN INFORMAR E INFORMARSE: HAY CURIOSIDAD POSITIVA PERO SIN COMPROMISO.

LIBERTAD: EJERCITAN INICIOS DEL PROTAGONISMO REAL AL ELEGIR GRUPOS, FANPAGES Y DECIDIR QUÉ PUBLICAR. PERO ESTA LIBERTAD AÚN ESTÁ CONDICIONADA AL LOGRO DEL RECONOCIMIENTO SOCIAL.

OCIO: SE DIVIERTEN Y RELAJAN EN FACEBOOK Y YOUTUBE. EL DESAFÍO ESTÁ EN CREAR CONTENIDOS.

OTRAS NECESIDADES: SOBRE LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE AFECTO E IDENTIDAD: DADA LA ABUNDANCIA DE CONTENIDOS DE TIPO PERSONAL, AFECTIVOS Y EMOCIONALES. SE TRATARÍAN DE PROCESOS INTERNOS QUE CORRESPONDE A SU ETAPA DE DESARROLLO HUMANO, LEJOS DE ESTAR PERDIENDO EL TIEMPO SE ENCUENTRAN EN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SU IDENTIDAD.

Imagen 2. "Facebook en México", sipse.com (2016). A continuación se muestra en esta imagen las cifras de uso y de usuarios de facebook en nuestro país.



ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad el uso de las redes sociales ha provocado un sin fin de alteraciones en el comportamiento de las personas, esto de acuerdo con una encuesta utilizando escala de Likert aplicada a alumnos de diferentes semestres de la *Universidad La Salle Cuernavaca*. Estas alteraciones se derivan del mal manejo que se les da, resaltando el hecho que desde edades muy tempranas se tenga acceso a ellas. Si partimos de la concepción de que en la adolescencia comienza la formación del autoconcepto y la consolidación del *yo social* es evidente que el mal manejo de la información y del procesamiento de está a nivel cognitivo puede provocar en los chicos que atraviesan por esta etapa, confusión y formación de juicios irracionales sobre sí mismos y el entorno que los rodea.

Se iniciará por definir *¿Qué es la adolescencia?*, de acuerdo con Horrocks (2001), es un periodo en el que el individuo trata de llegar a un acuerdo consigo mismo y con su medio ambiente. Es una época de desarrollo de un conjunto de conceptos del yo cuya confirmación e integración será crucial para determinar la conducta personal y social del adolescente, así como su estatus futuro como individuo funcionalmente maduro. Es evidente que durante esta época del desarrollo el individuo consolidará su imagen para sí mismo y para el exterior, aprenderá a ver cómo el medio influye en él y cómo esto modifica su manera de ver las cosas y desarrollará un juicio propio sobre la sociedad en que se desenvuelve. Dentro de este periodo de desarrollo una de las metas en la formación del autoconcepto que a su vez lleva implícito la autoestima; el auto concepto es lo que uno es, lo que YO representa, son todas aquellas características que conciben al ser y lo vuelven único como la personalidad, estilo de vida y características personales.

Es decir, el auto concepto tiene una cualidad descriptiva. Se conformará del conjunto de opiniones, hipótesis e ideas que el individuo tiene sobre sí mismo. Es el componente cognitivo de la actitud del sujeto, es un conjunto de percepciones, ideas y opiniones que el individuo tendrá de sí mismo; independientemente de que éstas sean verdaderas o falsas, objetivas, subjetivas, estas opiniones le permitirán describirse a sí mismo. El auto concepto ayudará al sujeto a reconocerse e identificarse en su individualidad dentro de una sociedad.

De la mano del auto concepto está la autoestima que a diferencia de éste que es descriptivo, ésta nos da un enfoque valorativo, es un conjunto de cogniciones de aquello que pensamos y sentimos con respecto a lo que somos.

La autoestima conformará el conjunto de actitudes que el sujeto tendrá hacia sí mismo, es un juicio sobre su propia competencia y valía personal. Y aunque aparentemente el auto concepto y la autoestima pueden significar lo mismo para los fines de construcción de la personalidad del sujeto, no lo son, como se menciona anteriormente por medio del primero se construirá una creencia sobre lo que somos, nuestras características en general mientras que con la segunda daremos un juicio de valor, a lo que tenemos, a lo que nuestro Yo real representa, incluso también el hecho de aceptar las áreas de oportunidad y todas esas características que se pueden modificar para consolidar el Yo ideal.

Sí desde la adolescencia se aprendiera a valorar lo que se es, a apreciar las diferencias que hay entre un individuo y otro pero que en conjunto dan una perfecta sintonía para la dinámica de nuestra sociedad, muchas problemáticas de la edad adulta no existirían, ya que al haber amor propio se pensaría en mismo, en explotar sus áreas de oportunidad y reforzar sus cualidades para ser personas que en cada una de sus esferas sociales trascienda y sea de relevancia su paso en la vida.

Por eso surge la inquietud de investigar sobre estos conceptos, en primer lugar por lo que estos significan en la conformación de un individuo y

también porque en la actualidad nos enfrentamos a muchos aspectos como la tecnología, la política, la economía, la influencia cultural, etc. que afectan el desarrollo. Y si no se refuerza de manera positiva la formación de los adolescentes de la actualidad bombardeados por tantos estímulos negativos y contenidos amarillistas, por el uso irresponsable de las nuevas tecnologías se formará una sociedad para el futuro, con grandes problemáticas individuales que a su vez detonarán una sociedad mediocre y trunca en todos los aspectos que involucra el desarrollo de la misma.

Es importante conocer a las competencias tecnológicas que hay hoy en día, si es que así se le puede llamar al sin fin de nuevas tecnologías que se usan de forma incorrecta y dañan a la juventud. Para saber de qué manera actuar desde el hogar y en las escuelas, y formar individuos capaces de desarrollar un criterio propio y sólido donde puedan elegir y darse cuenta de que no porque las cosas estén en tendencia son lo mejor, saber hacer uso responsable de las comodidades que la tecnología nos ofrece.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo se ve afectada la construcción de la autoestima y el autoconcepto en los adolescentes por el uso excesivo de las redes sociales, específicamente Facebook?

1.3 Objetivos (General y Específicos)

General: Explicar cómo la autoestima y autoconcepto, se ven influenciados durante la adolescencia por el uso de Facebook.

Específicos:

- a) Explicar la diferencia entre auto concepto y autoestima.
- b) Encontrar de qué forma se ve influenciado el comportamiento del adolescente al hacer uso de las redes sociales.

1.4 Justificación

Se inició con el análisis de este tema, observando al individuo como eslabón de una sociedad donde la influencia de la misma es de gran importancia para la consolidación de su personalidad y sistema de creencias. Además de que se presentaron una serie de cuestionamientos sobre cómo en una de las etapas más críticas del desarrollo humano, la adolescencia, en donde se consolida la formación del yo del individuo. La inmediatez y la globalización de la información, el mal uso de las nuevas tecnologías y el establecimiento de ciertos estereotipos que abarcan e influyen muchos aspectos del individuo, afecta el auto concepto y la autoestima de los adolescentes como sector vulnerable de nuestra sociedad, forjando futuros adultos con una clara tendencia a sufrir de problemas psicológicos y de adaptación a su entorno.

La aparición de las nuevas tecnologías como el internet ha servido como una gran herramienta para la difusión y la globalización de la información, pero como todo siempre tiene su lado positivo y negativo, con la evolución de éstas, el nivel de problemática de uso cada vez es mayor. Al darse la creación de las redes sociales se estableció una gran herramienta para conectar a personas a larga distancia e individuos a los largo y ancho del planeta compartían sus ideas e inquietudes.

El problema de esto se desencadenó desde el momento en que se comenzó a utilizar las redes sociales para compartir contenidos amarillistas, violentos, sexuales, en pocas palabras información nada trascendental en la formación y enriquecimiento del conocimiento.

Poco a poco tuvieron más apertura y con el uso de dispositivos como los smartphones, tabletas, laptops e incluso videojuegos con acceso a internet se dio una gran accesibilidad a los adolescentes a estos contenidos mismos que por su corta experiencia y por el proceso de formación de un autoconcepto no contaban con la habilidad de absorber cognitivamente y saber de qué forma percibirlo y almacenarlo. De aquí parte la necesidad por conocer que está pasando con el acceso que tienen los adolescentes al internet y lo perjudicial que esto puede llegar a ser.

Por ejemplo, un tema muy sonado en estos días es el bullying que sí, siempre ha existido, pero ahora ya tiene un nombre para describirlo y tratarlo. Son ya miles los casos alrededor del mundo que se han presentado y que incluso han llegado al suicidio o a la muerte por los fuertes golpes físicos y psicológicos que reciben las víctimas de este fenómeno social. Es interesante observar que algunos niños desde los 10 años y con mucho más razón adolescentes entre 12 y 16 años cuentan con un celular por medio del cual pueden fotografiar o grabar cualquier tipo de situación de la vida diaria, en el caso del bullying son miles los videos que se suben a la red mostrando peleas o golpes entre compañeros, mismos que son enviados a través de las redes sociales causando un conflicto emocional grave para el agredido que como mencione ha terminado en suicidio.

Un papel importante en esta problemática social es la familia, como el núcleo base de nuestra sociedad. De ahí parte la primera necesidad de aprobación por parte del sujeto; es evidente que si nos enfrentamos a una familia disfuncional donde los padres le prestan poca o nula atención al adolescente, éste buscará la aprobación de alguien más y lo hará en su grupo de amigos donde está rodeado de adolescentes que le ofrezcan un sentido de pertenencia, y que al igual que él/ella no saben aún qué pensar sobre ellos mismos o se refugian en estos medios tecnológicos como una forma de fuga de su realidad forjando un aprendizaje social basado en contenido de dudosa procedencia y por ende construyendo un auto concepto mal estructurado, crean una idea errónea de ellos mismos.

Es probable que si hubiera más atención por parte de los padres sobre cómo administrar el uso de estos medios tecnológicos las cosas serían diferentes, la idea no es prohibirlo sino en primer lugar tener la responsabilidad como adulto, de no que no se de acceso a este tipo de aparatos por tratar de cubrir una necesidad emocional (como atención y cariño de parte de los padres) se haga por medio de un objeto material que es en la mayoría de los casos la forma en que desde pequeños tienen acceso a este tipo de aparatos, en segundo lugar tener la precaución de que si presenta el caso de que los adultos responsables del niño o adolescente dan acceso a un aparato así se haga de manera prudente, haciendo uso de los límites y la comunicación, orientando a los chicos sobre las situaciones

sociales en las cuales en un momento dado se pueden encontrar y que desde el hogar tengan las herramientas sociales, cognitivas y emocionales para saber manejar la problemática a la que se puede enfrentar y comenzar a formar un juicio sobre las cosas. Evidentemente al haber comunicación habrá confianza que permitirá al adolescente aclarar cualquier duda y evitar problemas como el bullying o el acoso sexual que se da por parte de extraños en las redes sociales.

Por medio del internet y en el caso específico de las redes sociales hay acceso a contenidos amarillistas políticos, religiosos, culturales, sexuales, éstas se llegan a utilizar para la trata de blancas, venta de armas y así un sin fin de usos que hoy día se le da a estos medios de socialización cibernética; precisamente por la cantidad de situaciones que se pueden llevar a cabo por medio de esto y teniendo acceso libre los adolescentes son blanco fácil para cualquier situación que pueda poner en riesgo su vida y su integridad como individuo.

Dentro de las variables que engloba la comunicación cibernética, están los estereotipos, en un principio se mencionó como éstos afectan la consolidación del autoconcepto en adolescentes debido a que en los medios de comunicación siempre ofrecerán una imagen errónea de la “felicidad” creando estándares de belleza o económicos que si no son seguidos llevan a el individuo de esta edad a entrar en un conflicto del porqué ellos no pueden llevar ese estilo de vida, como las marcas, la televisión, las revistas, el internet, etc. A las adolescentes se les ha hecho pensar que si no son de cierta talla o con ciertas facciones en el rostro no son lo suficientemente valiosas y las orilla a caer en enfermedades como la bulimia y la anorexia, a los varones se les marca que con poder y con dinero van a poder tener en sus manos lo que ellos deseen, y tal es el caso de adolescentes que a corta edad están ya envueltos en problemas de narcomenudeo por la necesidad de dinero fácil para poder saciar esas expectativas que erróneamente hacen por la influencia de estas ideas en su medio de desarrollo cognitivo.

Por medio de este trabajo se pretende clarificar en primer lugar cómo se da el proceso de formación del auto concepto en los adolescentes y la autoestima como parte del mismo, y cómo esta etapa del desarrollo del individuo es la más vulnerable a las influencias de su entorno, así como las repercusiones que esta

misma vulnerabilidad puede tener y analizar las posibles variables que se pueden modificar para prevenir y lograr un correcto desarrollo en este sector de la población.

1.5 Limitaciones de estudio

La presente investigación a nivel de recursos técnicos no tuvo limitaciones ya que no se necesitó de equipos de laboratorio, etc.

El haber elegido un tema de actualidad dificultó de cierta forma la obtención de datos ya que no se contó con diversidad de autores que hablen al respecto; en general esa pudo haber sido la limitante mas grande durante este proceso.

Durante la elaboración de este trabajo, como se mencionaba, el mas grande inconveniente fue la obtención y evaluación de fuentes. A pesar de que internet y redes sociales es un tema actual y que constantemente se renueva, se encontró mucha información pero de origen empírico, que aunque marco la pauta y clave para la búsqueda de información no fue de mayor importancia para la obtención de datos.

Otra limitante de este estudio fue el tema de Facebook. El estudio se acotó a esta red social ya que dentro del contexto de la socialización cibernética es la comunidad más grande y popular donde se conectan empresas e individuos de todas las edades en base a sus intereses para interactuar e intercambiar información. Este contacto tan cercano y la influencia que se desarrolla, es el punto que originó el interés por esta investigación , ya que en la actualidad nuestra sociedad cuenta con gran cantidad de estereotipos y patrones de conducta que son transmitidos precisamente por medio de esta vía cibernética.

Desafortunadamente un sector de la población que se ve afectado por esta influencia son los adolescentes quienes se encuentran en un proceso de consolidación de la personalidad y no cuentan con el criterio adecuado para procesar de manera correcta los mensajes que se transmiten por medio de las redes sociales.

REDES SOCIALES

2.1 ¿Qué son las redes sociales?

Conforme a la sociología una red social es una estructura social que se compone por un conjunto de sujetos que están relacionados entre sí de acuerdo a algún criterio en común.

De acuerdo a Luis Felipe A. El-Sahili González en su trabajo de la Psicología de Facebook (2014) , define las redes sociales “*virtuales*” como un fenómeno de confiabilidad de la información. Internet ha permitido que las personas interactúen entre sí como nunca antes había ocurrido en la historia, gracias a este medio se han potenciado las comunicaciones y la distancia se ha acortado, así como el tiempo al momento de comunicarse. Las redes sociales virtuales permiten que las personas creen, copien o modifiquen los datos que manejan, lo cual ha generado que se conviertan en agentes activos y no pasivos. La influencia no es del medio electrónico hacia las persona, como ocurría con la televisión; ahora, con la red social, cada consumidor de internet afecta a todos con los que se halle en interacción. Esto representa un cambio sociológico fundamental, porque las personas que desean influir en otras lo pueden hacer a través de reinterpretar la información y difundir aquello que consideren relevante.

Otra definición de acuerdo al portal *Definición ABC*, una red social se define como una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, por intereses comunes, experimentación de las mismas creencias, entre otras posibilidades.

(DEFINICION ABC, 2016).

2.2 Historia de las redes sociales

Se empezará por definir ¿Qué es una sociedad?, pues bien, este término se le asigna a un grupo de personas que tienen en común un entorno, que dependen entre sí para el cumplimiento de sus objetivos y para lograr bienestar.

La sociedad siempre ha funcionado en redes, formándose pequeños grupos cada uno con una tarea en específico pero entrelazados para lograr un objetivo en común, para facilitar las cosas y darle control y efectividad a las tareas realizadas. Como ya es sabido, los individuos somos entes sociales que desde el inicio de nuestra existencia crecemos en un núcleo familiar que forma el primer eslabón de una cadena o red social a la que posteriormente nos iremos entrelazando para hacer crecer nuestras relaciones y nuestro conocimiento sobre el mundo.

Las redes sociales son una forma de coordinación que enlaza los entes autónomos y la interdependencia. Hablar de la historia de las redes sociales nos remonta a hablar de cómo la inteligencia del hombre y sus habilidades con la tecnología han evolucionado a modo de cumplir con las necesidades que la sociedad de acuerdo a su procesos dinámico y de constante cambio va requiriendo; el origen de éstas es difuso y su evolución, como se mencionaba al hablar de la tecnología, es acelerada. No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto. Por otro lado, la existencia de muchas plataformas se cuenta en tiempos muy cortos, bien sabido es que hay servicios de los que hablamos hoy que quizá mañana no existan, y otros nuevos aparecerán dejando obsoleto, en poco tiempo, cualquier panorama que queramos mostrar de ellos. Su historia se escribe a cada minuto en cientos de lugares del mundo.

Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes, y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos.

Por todo ello, a continuación se planteará la historia contextualizada mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en Internet.. (Ministerio de Educación España, 2012)

Cronología

1971; Se envía el primer e-mail entre dos ordenadores situados uno al lado del otro.

1978; Ward Christensen y Randy Suess crean el BBS (Bulletin Board Systems) para informar a sus amigos sobre reuniones, publicar noticias y compartir información.

1994; Se lanza GeoCities, un servicio que permite a los usuarios crear sus propios sitios web y alojarlos en determinados lugares según su contenido.

1995; La Web alcanza el millón de sitios web, y The Globe ofrece a los usuarios la posibilidad de personalizar sus experiencias on-line, mediante la publicación de su propio contenido y conectando con otros individuos de intereses similares. En este mismo año, Randy Conrads crea Classmates, una red social para contactar con antiguos compañeros de estudios. Classmates es para muchos el primer servicio de red social, principalmente, porque se ve en ella el germen de Facebook y otras redes sociales que nacieron, posteriormente, como punto de encuentro para alumnos y ex-alumnos.

1997; Lanzamiento de AOL Instant Messenger, que ofrece a los usuarios el chat, al tiempo que comienza el blogging y se lanza Google. También se inaugura Sixdegrees, red social que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos, algunos establecen con ella el inicio de las redes sociales por reflejar mejor sus funciones características. Sólo durará hasta el año 2000.

1998; Nace Friends Reunited, una red social británica similar a Classmates. Asimismo, se realiza el lanzamiento de Blogger.

2000; Estalla la “Burbuja de Internet”. En este año se llega a la cifra de setenta millones de ordenadores conectados a la Red.

2002; Se lanza el portal Friendster, que alcanza los tres millones de usuarios en sólo tres meses.

2003; Nacen MySpace, LinkedIn y Facebook, aunque la fecha de esta última no está clara puesto que llevaba gestándose varios años. Creada por el conocido Mark Zuckerberg, Facebook se concibe inicialmente como plataforma para conectar a los estudiantes de la Universidad de Harvard. A partir de este momento nacen muchas otras redes sociales como *Hi5* y *Netlog*, entre otras.

2004; Se lanzan Digg, como portal de noticias sociales; Bebo, con el acrónimo de "Blog Early, Blog Often"; y Orkut, gestionada por Google.

2005; Youtube comienza como servicio de alojamiento de vídeos, y MySpace se convierte en la red social más importante de Estados Unidos.

2006; Se inaugura la red social de microblogging Twitter. Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día, y Facebook sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar su empresa. En España se lanza Tuenti, una red social enfocada al público más joven. Este mismo año, también comienza su actividad Badoo.

2008; Facebook se convierte en la red social más utilizada del mundo con más de 200 millones de usuarios, adelantando a MySpace. Nace Tumblr como red social de microblogging para competir con Twitter.

2009; Facebook alcanza los 400 millones de miembros, y MySpace retrocede hasta los 57 millones. El éxito de Facebook es imparable.

2010; Google lanza Google Buzz, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas. También se inaugura otra nueva red social, Pinterest. Los usuarios de Internet en este año se estiman en 1,97 billones, casi el 30% de la población mundial.

Las cifras son asombrosas: Tumblr cuenta con dos millones de publicaciones al día; Facebook crece hasta los 550 millones de usuarios: Twitter computa diariamente 65 millones de tweets, mensajes o publicaciones de texto breve; LinkedIn llega a los 90 millones de usuarios profesionales, y Youtube recibe dos billones de visitas diarias.

2011; MySpace y Bebo se rediseñan para competir con Facebook y Twitter.

LinkedIn se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33,9 millones de visitas al mes. En este año se lanza Google+, otra nueva apuesta de Google por las redes sociales. La recién creada Pinterest alcanza los diez millones de visitantes mensuales. Twitter multiplica sus cifras rápidamente y en sólo un año aumenta los tweets recibidos hasta los 33 billones.

2012; Actualmente, Facebook ha superado los 800 millones de usuarios, Twitter cuenta con 200 millones, y Google+ registra 62 millones.

(Ministerio de Educación España, 2012)

2.3 Clasificación de las Redes Sociales

Teniendo en cuenta la dimensión social de las redes, la primera clasificación que podríamos hacer sería distinguir entre: redes sociales off-line o analógicas, sin la intermediación de un aparato o sistema electrónico; redes sociales on-line o digitales, a través de medios electrónicos; y redes sociales mixtas, mezcla de los dos tipos anteriores. Dejando claro esto, vamos a centrarnos en las redes sociales on-line. Su tipología se ha planteado desde muchos puntos de vista, la propuesta más extendida es la que parte de la clasificación de los portales de Internet, diferenciando entre horizontales o generales y verticales o especializadas.

Pero, como hemos visto, las redes sociales son un tema complejo, por lo que dentro de la categoría vertical vamos a utilizar una clasificación más completa, de ordenación múltiple. (Ministerio de Educación España, 2012)

2.3.1 Redes Sociales Horizontales

De acuerdo al portal *redes-sociales.com* (Tuero, L. 2014), se define como redes sociales horizontales a aquellas que hacen referencia a la generalidad, es decir, engloban a personas con múltiples intereses para que se relacionen entre ellas, esperando así un mayor volumen y amplitud en los intercambios entre usuarios.

Las redes sociales horizontales no tienen una temática definida, están dirigidas a un público genérico, y se centran en los contactos. La motivación de los usuarios al acceder a ellas es la interrelación general, sin un propósito concreto. Su función

principal es la de relacionar personas a través de las herramientas que ofrecen, y todas comparten las mismas características: crear un perfil, compartir contenidos y generar listas de contactos.

Algunas de ellas son:

- **Facebook.** Red social gratuita creada por Mark Zuckerberg. Se desarrolló, inicialmente, como una red para estudiantes de la Universidad Harvard, pero desde hace unos años está abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Permite crear grupos y páginas, enviar regalos, y participar en juegos sociales. Es una de las más populares en España, especialmente entre los mayores de 25 años.
- **Hi5.** Lanzada en 2003 y fundada por Ramu Yalamanchi, está enfocada al público más joven por su evolución hacia desarrolladores de juegos sociales. La mayoría de sus usuarios son de América Latina.
- **MySpace.** Incluye blogs y espacios de entretenimiento social que permiten conocer el trabajo de otros usuarios, escuchar música y ver vídeos. Es muy utilizada por grupos musicales para compartir sus proyectos y crear grupos de seguidores.
- **Orkut.** Red social y comunidad virtual gestionada por Google, y lanzada en enero del 2004. Está diseñada para mantener relaciones, pero también para hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas. Es una red muy popular en India y Brasil.
- **Sonico.** Orientada al público latinoamericano, y muy centrada en los juegos sociales con opciones de juegos multijugador.
- **Tuenti.** Red social española dirigida a la población joven. Se denomina a sí misma como una plataforma social de comunicación. Esta compañía española, inaugurada en noviembre de 2006, cuenta con más de 13 millones de usuarios.
A parte de las posibilidades comunes, dispone de Tuenti Sitios, Tuenti Páginas y Tuenti Juegos. Esta red es la más utilizada entre los menores de 25 años de nuestro país.

- **Netlog.** Su público objetivo es la juventud europea y de América Latina. Es de origen Belga y fue fundada en julio del 2003 por Lorenz Bogaert y Toon Coppens.
- **Google+.** La red social de Google tiene unas características comunes a las demás. Para registrarse es necesario disponer de una cuenta Gmail. Es una de las más importantes en España por número de usuarios. Una de sus ventajas son las videoconferencias, que permiten conversaciones con hasta nueve usuarios simultáneamente. (Ministerio de Educación España, 2012).

2.3.2 Facebook

Una vez profundizado el tema, se analizará la historia y la evolución de una de las redes sociales que causó desde sus inicios mayor furor en la sociedad y que ha demostrado tener mayor impacto así como también, ser la única que al paso de los años a partir de su creación se mejoró y adaptó a las necesidades de las nuevas generaciones y que hoy por hoy pasó de ser una simple red social creada por un joven universitario a ser una empresa a nivel mundial que posee una visión empresarial pretendiendo a futuro convertir Facebook en un sistema operativo.

No existe una fuente oficial que arroje datos sobre cómo fue la creación de Facebook, pero de acuerdo a Luis Felipe A. El-Sahili en su trabajo sobre la Psicología de Facebook (2014), citado previamente, habla sobre esta red social, su surgimiento e influencia.

Facebook es en la actualidad la red social más grande del mundo, y el lugar que ocupa no es un hecho accidental, se debe a los múltiples beneficios que aporta. Gracias a ella vivimos en un mundo más abierto, accesible y en contacto con los demás. Cada día muchas personas establecen relación con otra a través de este medio, compartiendo fotografías, enlaces en Internet, videos o publicando comentarios.

Breve historia de su surgimiento.

Facebook inicia -como muchas de la primeras redes sociales-, inspirada en otra, que en este caso particular sería *Buddy Zoo*, aparecida en el año 2000, la cual contaba con muchos usuarios (se calcula que más de 100 mil, antes de que su creador la cerrara).

En el verano de 2003, Mark Zuckerberg y algunos compañeros del primer año de informática de la Universidad de Harvard tenían la idea de repetir el éxito de la mencionada red *Buddy Zoo*. Unos meses después, Zuckerberg codificó *CourseMatch*, un sitio donde los estudiantes podían conocer los cursos que sus amigos tomaban; para el 28 de octubre creó el *Facemash* – una versión de la anterior codificación para dicha universidad-. Facebook usaba fotografías de varios estudiantes de Harvard, además, el sitio permitía conocer las relaciones que existían entre ellos (aspecto que sería central para su posterior transformación en Facebook), este sitio logró en tan solo 4 horas, 450 visitantes y 22,000 visitas. El aspecto visual y la curiosidad de saber más de las personas, o inclusive, la sola posibilidad de conocer a alguien, hicieron de esta red su principal atractivo.

La red *Facemash* se difundió rápidamente, pero la administración de Harvard la cerró en cuanto fue advertida de algunos riesgos, acusando a Zuckerberg de violación a la seguridad y a la privacidad. En este sitio se pueden observar las primeras características del manejo de los datos personales privados, de compartir y transformar información y de la posibilidad de que los consumidores de información se transformen en productores de la misma, es decir, en *prosumidores*. En Enero de 2004, Zuckerberg, comenzó escribiendo un código para un nuevo sitio, aunque sorteando algunos problemas con los directivos de la Universidad de Harvard. Posteriormente recibiría el apoyo de algunos amigos y compañeros, como Eduardo Saverin en negocios; Dustin Moskovitz en programación; Andrew McCollum en artes gráficas y Chris Hughes como apoyo. Todos ellos se unieron a Zuckerberg para promocionar y desarrollar el sitio. A partir de esa unión esta red social despegaría dejando huella en la historia.

Veamos algunas fechas que son testimonio de su increíble crecimiento:

Marzo, 2004. Facebook se expande a las Universidades Stanford, Columbia y Yale; posteriormente se amplía a otras escuelas de Boston, Estados Unidos y Canadá.

Junio, 2004. El famoso empresario Sean Parker, se suma al proyecto y se convierte en presidente de la compañía. Los participantes deciden mover su centro operativo a Palo Alto, California, donde la bautizarían simplemente como Facebook sin el artículo "The".

Mayo, 2005. Facebook consigue inversionistas para poder hacer más grande su red social, agregando a más de 800 universidades.

Septiembre, 2005. Comienza su difusión también en preparatorias y otro tipo de escuelas, no solamente en las universidades.

Octubre, 2005. Facebook se propaga hasta el Reino Unido a más de 20 universidades, también es usado por todo el sistema informático destinado a los estudiantes del Tecnológico de Monterrey, en México. En este momento ya alcanza la cifra de 5.5 millones de usuarios.

Diciembre, 2005. Se agregan las universidades de Australia y Nueva Zelanda, con las que alcanza más de 2 mil universidades y 25 mil escuelas en el mundo.

Septiembre, 2006. Es abierto a toda persona mayor de 13 años, siempre y cuando cuente con una dirección de correo electrónico válida.

Julio, 2010. Facebook se convierte en la red social más importante en los principales países asiáticos. A partir de 2010 no ha dejado de desarrollarse ni tampoco ha perdido su liderazgo.

2.3.3 Twitter

Por otro lado en el año 2006 surgió otra red social que al igual que Facebook ha causado gran impacto en la dinámica de la sociedad. Desgraciadamente y como todo ha sido utilizada de forma incorrecta y por medio de ésta se han dado gran número de casos de *cyberbullying*; de acuerdo a la página www.ciberbullying.com lo define como, el uso de los medios telemáticos (Internet, telefonía móvil y videojuegos online principalmente) para ejercer el acoso psicológico entre iguales.

La mayoría de los casos se han dado en adolescentes por lo que tocar el tema de esta red social y su surgimiento es de vital importancia para el contenido del presente trabajo. Al igual que el Facebook no existe una fuente de información oficial sobre su historia y su desarrollo, continuación se presenta un poco de la historia del surgimiento de la red social así como su forma de uso de acuerdo al portal de *Computación Aplicada al Desarrollo S.A. de C.V (2016)*:

Twitter es un servicio gratuito de microblogging, que hace las veces de red social y que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas "tweets", de una longitud máxima de 140 caracteres. Lo interesante es que esta tecnología vincula la web con los teléfonos celulares vía SMS o a través de programas de mensajería instantánea como MSN, Gtalk, etc., o incluso desde cualquier aplicación de terceros, como puede ser Twiterrific, Tweetie, Facebook, Twinter, Tweetboard o TweetDeck- en inglés.

Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario, y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas. A estos usuarios se les puede restringir el envío de estos mensajes sólo a miembros de su círculo de amigos o permitir su acceso a todos los usuarios, que es la opción por defecto.

Los usuarios pueden recibir las actualizaciones desde la página de Twitter, vía mensajería instantánea, SMS, RSS y correo electrónico. La recepción de actualizaciones vía SMS no está disponible en todos los países y para solicitar el servicio es necesario enviar un código de confirmación a un número extranjero.

Twitter nació en el año 2006, una serie de jóvenes emprendedores que trabajaban para la compañía de *Podcasts Odeo, Inc.*, de San Francisco, Estados Unidos, se vieron inmersos en un día completo de brainstorming de ideas. La compañía Odeo Inc., recién había hecho una gran contribución al código de *Rails 1.0* y había sacado *Odeo Studio*, sin embargo estaban enfrentando una gran competencia por parte de Apple y otros. Por lo que se vieron obligados a reinventarse.

En el marco de esas reuniones, *Jack Dorsey* propuso una idea en la que se podrían usar SMS para decirle a un grupo pequeño qué estaba uno haciendo. Fue una idea como para mantener informado a un grupo de gente sobre qué estaba uno haciendo.

Una vez iniciado el proyecto probaron varios nombres. El nombre original durante un tiempo fue "*Status*" (Stat.us), pasando por *twitch* (tic) a causa del tipo de vibraciones de los móviles, pero se quedaron con *Twitter*. Que en palabras de Dorsey era perfecta, y la definición era "*una corta ráfaga de información intrascendente*", el "*pio de un pájaro*", que en inglés es *twitt*. Si recibes muchos mensajes, estás "*twitterpated*".

Para operar en los SMS necesitaban un código corto de cinco dígitos. Intentaron quitarle las vocales y dejarlo con *twtr*, pero desafortunadamente *Teen People* tenía ese mismo código con *txttp* (Texto TP). Así que decidieron conseguir un código fácil de recordar. Optaron por 40404.

Twitter está escrito en *Ruby on Rails*, dispone de una API abierta que permite integrar Twitter tanto en aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móviles, y entre sus principales funcionalidades están el requerimiento, retransmisión o intercambio de opiniones de eventos en directo.

El primer mensaje enviado por twitter fue de Dorsey a las 12:50 del 21 de marzo de 2006 y decía "*just setting up my twttr*" (sólo ajustando mi twttr). Ese mismo prototipo fue utilizado entre los empleados de Odeo como un servicio interno. Fue lanzado al público en julio de 2006.

Twitter estalló al gran público en 2007, y pasó de 20,000 tweet al día a 60,000. El servicio rápidamente comenzó a ganar adeptos y en marzo de 2007 ganó el premio *South by Southwest Award* en la categoría de blog.

Jack Dorsey, el padre de esta aplicación web y actual CEO de Twinter, Inc, empresa que surgió a raíz de Obvious, LLC y el éxito cosechado por Twitter. Actualmente el equipo de Twitter está compuesto por 18 personas.

La compañía fundada en Julio de 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams ha levantado 35 millones de dólares entre varios inversores, en su mayoría procedentes del capital riesgo. La nueva inyección de capital se suma a los 5 millones de dólares que levantó en 2006 o los 15 millones de julio 2007, con que eleva hasta los 55 millones de dólares lo fondos recibidos desde su fundación.

Algunas de las entidades fundacionales de la compañía y ha sido liderada por *Benchmark Capital e Institutional Venture Partners*, aunque también ha vuelto a reunir a *Spark Capital Union, Square Ventures, Charles River Ventures y Digital Garage* han repetido en esta nueva ronda de financiación que permitirá afrontar la etapa de explosivo crecimiento de la empresa.

Hoy Twitter es uno de los sistemas de comunicación más utilizados, no sólo para información intrascendente, social, sino como herramienta de comunicación entre profesionales.

El fenómeno Twitter no ha pasado inadvertido a los gigantes de Internet. Recientemente Financial Time escribía que Facebook quería comprar la página. No sería extraño que Google también, teniendo en cuenta la popularidad que ha adquirido Twitter. El 6 de Agosto de 2009, Twitter y Facebook sufrieron problemas con el servicio causados por ataques de ciberpiratas, lo que llevó a especular una campaña coordinada contra las redes sociales más populares en Internet.

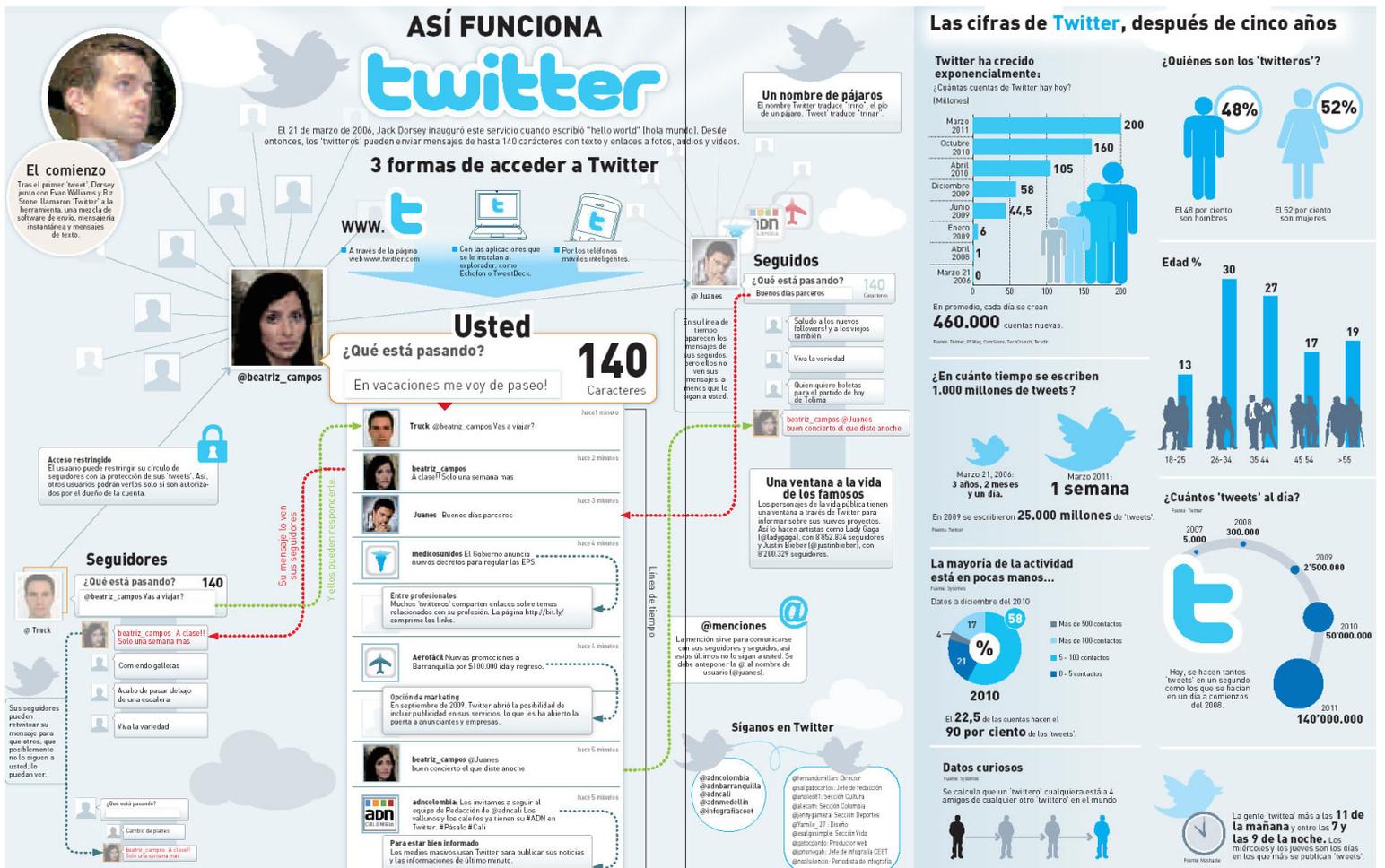
El ataque ha dejado a la red social sin servicio durante horas y que ha impedido a millones de usuarios compartir mensajes cortos.

Twitter vale mil millones de dólares. Un grupo de inversionistas ya se hizo del 5% de la compañía, según los analistas si hubieran pagado por toda la empresa al mismo costo que ese porcentaje el precio del microblogging más popular es de 1000 millones de dólares.

El 10 de agosto del 2011. Estrena Twitter un servicio para compartir imágenes. Los usuarios de Twitter podrán compartir imágenes de hasta 3 megas, por medio de un nuevo icono con forma de cámara que aparece en la pantalla principal de la red, algo que hasta ahora sólo se podía hacer mediante aplicaciones de terceros, como *Twitpic*, y *Frog o Instagram*. (Computación Aplicada al Desarrollo SA de CV / S.A.)

Imagen 3. "Así funciona Twitter". Eduteka.org (2012).

En la siguiente infografía se presentan los principales datos para el uso de la red social Twitter, como funciona, cifras de seguidores y en general datos que resumen lo que la red social ofrece.



2. 4 Redes sociales verticales

Las redes sociales verticales por su parte son las que consiguen generar comunidades de personas que se relacionan en torno a un interés en común que puede ser desde la moda, hasta el deporte, pasando por los coches o cualquier otro interés más o menos concreto, todo esto de acuerdo al portal *redes-sociales.com* (Tuero, L. 2014).

Dentro de las redes sociales hay una tendencia hacia la especialización. Aunque las redes sociales verticales ganan diariamente miles de usuarios, otras tantas especializadas se crean para dar cabida a los gustos e intereses de las personas que buscan un espacio de intercambio común.

Como veremos más adelante, la posibilidad que ofrecen ciertas plataformas de crear una red social propia y personalizada produce redes sociales de todo tipo, específicas para los intereses de sus usuarios. Por otro lado, las grandes compañías de Internet aspiran a competir con las redes más importantes que se reparten el grueso de usuarios de red social, ofreciendo actividades, contenidos o temas concretos.

La clasificación que presentamos a continuación permite ordenar la diversidad que ha generado la explosión de redes sociales especializadas de los últimos años. En el primer apartado, las organizaremos por temática. Teniendo en cuenta que hablamos de redes sociales especializadas, su taxonomía podría ser tan variopinta como los asuntos que tratan. Cualquier red social, centrada en un tema concreto, daría lugar a una nueva categoría, por ello vamos a enumerar algunas de las temáticas más populares y prolíficas. En el segundo apartado, hablaremos de las redes sociales en relación a su actividad, referente a las funciones y posibilidades de interacción que ofrecen los servicios. Por último, exponemos una clasificación según el contenido compartido a través de ellas, puesto que éste es su cometido principal mediante el que se establecen las relaciones entre usuarios.

2. 5 Contenidos de las redes verticales

- **Profesionales.** Se presentan como redes profesionales enfocadas en los negocios y actividades comerciales. Su actividad permite compartir experiencias, y relacionar grupos, empresas y usuarios interesados en la colaboración laboral. Los usuarios detallan en los perfiles su ocupación, las empresas en las que han trabajado o el currículum académico. Las más importantes son: Xing, LinkedIn, y Viadeo, que engloban todo tipo de profesiones, pero también existen otras específicas de un sector como HR.com, para los profesionales de recursos humanos, o ResearchGate, para investigadores científicos.
- **Identidad cultural.** En los últimos años, debido al poder de la globalización, se aprecia un incremento de referencia al origen por parte de muchos grupos que crean sus propias redes para mantener la identidad. Ejemplos de esto son: Spaniards, la comunidad de españoles en el mundo; y Asianave, red social para los asiático-americanos.
- **Aficiones.** Estas redes sociales están dirigidas a los amantes de alguna actividad de ocio y tiempo libre. Encontramos redes tan dispares como los pasatiempos que recogen, por ejemplo: Bloosee, sobre actividades y deportes en los océanos; Ravelry, para aficionados al punto y el ganchillo; Athlinks, centrada en natación y atletismo; Dogster, para apasionados de los perros; o Moterus, relacionada con las actividades y el estilo de vida de motoristas y moteros.
- **Movimientos sociales.** Se desarrollan en torno a una preocupación social. Algunas son: WiserEarth, para la justicia social y la sostenibilidad; SocialVibe, conecta consumidores con organizaciones benéficas; o Care2, para personas interesadas en el estilo de vida ecológico y el activismo social.
- **Viajes.** Con la facilidad para viajar y el desarrollo de los viajes 2.0, estas redes sociales han ganado terreno a las tradicionales guías de viajes a la hora de preparar una escapada. Conectan viajeros que comparten sus experiencias

por todo el mundo. Podemos visitar: WAYN, TravBuddy, Travellerspoint, Minube o Exploroo.

- **Otras temáticas.** Encontramos, por ejemplo, redes sociales especializadas en el aprendizaje de idiomas, como Busuu; plataformas para talentos artísticos, como Taltopia; o sobre compras, como Shoomo.

Por actividad

- **Microblogging.** Estas redes sociales ofrecen un servicio de envío y publicación de mensajes breves de texto. También permiten seguir a otros usuarios, aunque esto no establece necesariamente una relación recíproca, como los seguidores o *followers* de los famosos en Twitter. Dentro de esta categoría están: Twitter, Muugoo, Plurk, Identi.ca, Tumblr, Woxie o Metaki
- **Juegos.** En estas plataformas se congregan usuarios para jugar y relacionarse con otras personas mediante los servicios que ofrecen. A pesar de que muchos creen que son, simplemente, sitios web de juegos virtuales, las redes sociales que se crean en torno a ellos establecen interacciones tan potentes que, incluso, muchos expertos de las ciencias sociales han estudiado el comportamiento de los colectivos y usuarios dentro de ellos. Algunas son: Friendster, Foursquare, Second Life, Haboo, Wipley, Nosplay o World of Warcraft.
- **Geolocalización.** También llamadas de georreferencia, estas redes sociales permiten mostrar el posicionamiento con el que se define la localización de un objeto, ya sea una persona, un monumento o un restaurante. Mediante ellas, los usuarios pueden localizar el contenido digital que comparten. Ejemplos de este tipo son: Foursquare, Metaki, Ipoki y Panoramio.
- **Marcadores sociales.** La actividad principal de los usuarios de marcadores sociales es almacenar y clasificar enlaces para ser compartidos con otros y, así mismo, conocer sus listas de recursos. Estos servicios ofrecen la posibilidad de comentar y votar los contenidos de los miembros, enviar mensajes y crear grupos. Los más populares son: Delicious, Digg y Diigo.
- **Compartir objetos.** Dentro de estas redes sus miembros comparten contenidos diversos como vídeos, fotografías o noticias, y mediante esta colaboración

se establecen las relaciones que tampoco tienen que ser mutuas de forma obligatoria. Hablamos de ellas con más detalle en el siguiente apartado.

Por contenido compartido

- **Fotos.** Estos servicios ofrecen la posibilidad de almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías. Las más importantes en número de usuarios son: Flickr, Fotolog, Pinterest y Panoramio.
- **Música.** Especializadas en escuchar, clasificar y compartir música, permiten crear listas de contactos y conocer, en tiempo real, las preferencias musicales de otros miembros. Ejemplos de estas redes sociales son: Last.fm, Blip.fm o Grooveshark.
- **Vídeos.** Los sitios web de almacenamiento de vídeos se han popularizado de tal manera que en los últimos años incorporan la creación de perfiles y listas de amigos para la participación colectiva mediante los recursos de los usuarios, y los gustos sobre los mismos. Algunos son: Youtube, Vimeo, Dailymotion, Pinterest y Flickr.
- **Documentos.** Por la red navegan documentos de todo tipo en formatos diversos, en estas redes sociales podemos encontrar, publicar y compartir los textos definidos por nuestras preferencias de una manera fácil y accesible. Su mayor exponente es Scribd.
- **Presentaciones.** Al igual que ocurre con los documentos, el trabajo colaborativo y la participación marcan estas redes sociales que ofrecen a los usuarios la posibilidad de clasificar, y compartir sus presentaciones profesionales, personales o académicas. Las más conocidas son: SlideShare y Slideboom.
- **Noticias.** Los servicios centrados en compartir noticias y actualizaciones, generalmente, son agregadores en tiempo real que permiten al usuario ver en un único sitio la información que más le interesa, y mediante ella relacionarse estableciendo hilos de conversación con otros miembros. Algunos de ellos son: Menéame, Aupatu, Digg y Friendfeed
- **Lectura.** Estas redes sociales no sólo comparten opiniones sobre libros o lecturas, sino que además pueden clasificar sus preferencias literarias y

crear una biblioteca virtual de referencias. Ejemplos de esta categoría son: Anobii, Librarything, Entreelectores, weRead y Wattpad.

Como se describió y citó previamente las redes sociales en internet han sido de gran utilidad para la creación y vínculo de los individuos que forman una sociedad, así como lo establece el análisis de las redes sociales, estudiarlas nos ayuda a observar cómo son los vínculos entre las personas y cómo es la influencia que dichos vínculos ejercen en el conocimiento y el comportamiento.

Al conocer los antecedentes de las redes sociales, su construcción y evolución podemos darnos cuenta que este desarrollo va de la mano con las cualidades que el entorno va requiriendo, el individuo busca adaptarse a las exigencias de la sociedad en este caso los adolescentes de ahora tienen diferentes demandas a nivel social que individuos de su misma edad hace diez años no tenían, por esto mismo es que este tema me llama la atención ya que el uso exagerado de las redes sociales durante una época del desarrollo donde el autoestima y el autoconcepto están en proceso influencia de una forma atroz los ideales de estos individuos. (Ministerio de Educación España, 2012)

ADOLESCENCIA

3.1 Adolescencia

Los adolescentes son el sector de la sociedad que se estudiará en este trabajo y como tal habrá que dar una definición al respecto; la adolescencia según la *Organización Mundial de la Salud*, es un período comprendido entre los 10 y 19 años.

La pubertad o adolescencia inicial es la primera fase, comienza normalmente a los 10 años en las niñas y a los 11 en los niños y llega hasta los 14-15 años.

La adolescencia media y tardía se extiende desde los 15 a los 19 años. Para la *Organización Mundial de la Salud* la denominación de jóvenes comprende desde los 10 a los 24 años, incluyendo por tanto la adolescencia (de 10 a 19 años) y la juventud plena (de los 19 a los 24 años).

La *Organización Mundial de la Salud* estima que una de cada cinco personas en el mundo es adolescente, 85 por ciento de ellos viven en países pobres o de ingresos medios, y alrededor de 1.7 millones de ellos mueren al año.

La O.M.S. define la adolescencia como la etapa que va desde los 10 u 11 años hasta los 19 años, y considera dos fases: la adolescencia temprana, de los 10 u 11 hasta los 14 o 15 años, y la adolescencia tardía, de los 15 a los 19 años.

Sin embargo, la condición de juventud no es uniforme y varía según el grupo social que se considere. La adolescencia se caracteriza por el crecimiento físico y desarrollo psicológico, y es la fase del desarrollo humano situada entre la infancia y la edad adulta. Esta transición es tanto física como psicológica por lo que debe considerarse un fenómeno biológico, cultural y social. Como parte del cambio de la niñez a este estado del desarrollo se ven implicados diferentes factores como la autoestima y el auto concepto. (INVETMEX, S/A)

De acuerdo a un estudio realizado por *El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia* (UNICEF) se dice que la adolescencia es esencialmente una época de cambios. Trae consigo enormes variaciones físicas y emocionales, que son fascinantes porque logran la transformación del niño en adulto.

Como todos los procesos importantes de cambio, genera perturbaciones y confusión. Por eso es angustiosa para el adolescente e incomprensible para los adultos, pero es esencial para el desarrollo de la vida y si los adultos no lo impedimos culmina exitosamente en la madurez y en el avance de la sociedad.

En la adolescencia se manifiestan cambios en el cuerpo, en los gustos, en los instintos y sentimientos y en el estado de ánimo. Son cambios que llegan por sorpresa, de modo que el adolescente no sabe cómo manejarlos. No tiene herramientas para entenderlos y por eso le cuesta tanto comunicarlos. Son desconcertantes, causan miedo y en ocasiones vergüenza. Es explicable entonces que el adolescente tienda a aislarse, pero que a la vez necesite y espere todo el apoyo del mundo.

En la adolescencia se define la personalidad. El adolescente rompe con la seguridad de lo infantil, corta con sus comportamientos y valores de la niñez y comienza a construirse un mundo nuevo y propio. Por eso se rebela contra su entorno y comienza a buscar. Busca nuevas amistades y nuevas maneras de relacionarse, nuevas experiencias y nuevas visiones. Construye independencia y fortalece su autoafirmación. Muestra una actitud de rebeldía y crítica, y a la vez de descubrimiento y apertura. Por esta vía define los principios que regirán su vida y sus relaciones con los demás.

Esos cambios inesperados y el reto de construir su mundo y sus valores generan inseguridad y un fuerte sentimiento de soledad. Por eso es tan apasionada la búsqueda de afectos nuevos y amistades íntimas con las que el adolescente pueda sentir seguridad y compartir dudas, expectativas y experiencias.

Los adolescentes rebozan energía, capacidad analítica y deseos de un mundo mejor. Están llenos de propuestas de cambio. Cuando les cierran las puertas, protestan. Cuando no los escuchan, no tienen más remedio que hablar para sí mismos, estableciendo formas de comunicación ininteligibles para los demás. Por el contrario, cuando reciben apoyo y son escuchados, se desarrollan de maneras inimaginables y novedosas, aprovechando su capacidad de cambiar las conductas

sociales negativas y romper con los patrones sociales de exclusión y violencia. Es por eso que con su creatividad y entusiasmo, los jóvenes han sido siempre y son hoy quienes cambian el mundo.

La adolescencia es, por si misma, aprendizaje. Aprendizaje de los adolescentes y aprendizaje de la sociedad sobre sus preguntas e innovaciones. Este aprendizaje requiere apoyo para realizarse a la manera de los jóvenes: experimentando, buscando nuevas sensaciones y cuestionando viejas visiones. Todo proceso de transformación implica riesgos. Los riesgos de la adolescencia pueden ser mitigados –o también aumentados– por la familia, la escuela y la sociedad, que son los tres grandes ámbitos de desarrollo vital y aprendizaje.

3.2 Efectos psicológicos de la adolescencia

Durante esta etapa del desarrollo muchos cambios se ven involucrados, el niño o niña deja de serlo para comenzar a madurar tanto física como emocionalmente e irse estructurando y preparando para la vida adulta. Como por ejemplo, cambios relacionados con el crecimiento y con la preparación de los órganos para la reproducción.

Generalizar los efectos psicológicos que surgen al manifestarse la adolescencia, están ligados y van a depender de la interpretación que el chico/a y las personas en su entorno den a los cambios que la acompañan.

Los efectos en la maduración temprana o tardía tienen más probabilidades de ser negativos cuando los adolescentes están más o menos desarrollados con sus compañeros.

Estas nuevas características llevan al adolescente a sufrir un periodo emocional donde busca identificación, conocimiento sobre sí mismo y conciencia de que ese cúmulo de emociones y modificaciones en el cuerpo no son más que parte de su proceso de desarrollo, de un avance en su ciclo de vida.

La adolescencia es un momento crucial en la vida de los individuos ya que como se mencionó es una etapa de cambios y de adaptación a lo que en unos años será

ese adulto con el cual vivirán el resto de sus días; y justo en este punto es donde se encuentra la inquietud al realizar este trabajo de investigación, si bien esta fase con todos sus cambios, altas y bajas es un momento de extrema irritabilidad y estrés, el hecho de que el desarrollo físico sea notable y formen características físicas que ante los estereotipos de la sociedad no sean bien vistas, por ejemplo una nariz grande o cuerpo de complexión robusta, provoca un conflicto de identidad a esa chica o chico ya que a pesar de sus creencias y del conocimiento que tenga sobre si misma/o siempre estará influenciada/o por los factores de su entorno y si a esto le unimos el hecho de que el bombardeo en redes sociales como Facebook sobre estereotipos y estándares de belleza imposibles de alcanzar son el día a día de estos adolescentes con el acceso tan practico a la tecnología, es como una avalancha ya que empieza de poco y puede detonar en un problema tan grave de autoestima que ese chico o chica termine optando por el suicidio.

En este último punto es importante mencionar que los padres son clave, ya que hay que hacer un lado la idea de dar “tiempo de calidad” para escudar la ausencia en el hogar y tomar las riendas y responsabilidad de la familia, mas cuando en casa se tiene a un adolescente, habría que crear la conciencia con las instituciones educativas como punto de apoyo en tener escuelas para padres donde se puedan tocar estos temas y ellos como jefes de familia sepan de qué manera intervenir y tratar un problema de estos, e incluso aprender a identificarlos ya que se han dado casos que los padres jamás, notaron las señales de que su adolescente pasaba por un cuadro de depresión grave cuando los síntomas eran obvios.

3.3 Pensamiento y Razonamiento en el adolescente

Como lo mencionan Coleman y Hendry en su libro *Psicología de la adolescencia (1985)*, el desarrollo cognitivo en los chicos de esta edad es una de las áreas de maduración menos patente para los que se dedican al estudio de este tipo de comportamiento. No hay signos externos o visibles para evidenciar lo que está sucediendo, como ocurre con el desarrollo físico.

Sin embargo, en esta esfera se están produciendo cambios constantemente, es una estructura totalmente dinámica.

Además las alteraciones en la función intelectual tienen implicaciones para diversos comportamientos y actitudes. Estos cambios hacen posible el paso hacia la independencia de pensamiento y la acción, permiten desarrollar al joven una perspectiva temporal que incluye el futuro, facilitan el progreso hacia la madurez en las relaciones, contribuyen al desarrollo de las destrezas de comunicación y finalmente, subyacen a la capacidad del individuo para asumir papeles adultos en la sociedad.

El adolescente promedio suele tener dudas respecto a si mismo y a su entorno. Cuando éste atraviesa la niñez sus ideas y creencias son firmes y claras porque son el reflejo de la ideología de sus padres. Al entrar a la adolescencia comienzan a surgir estos cuestionamientos ya que no todo el tiempo están de acuerdo con lo que en casa sus padres les imponen, empiezan a crear su propio criterio y su gama individual de ideologías. A diferencia de los niños, el adolescente es capaz de pensar en función de lo que podría ser verdad o lo que no, comienza a cuestionar y a crear sus propias hipótesis respecto a las cosas en su entorno.

Es esta etapa de la vida surge lo que Piaget describe como pensamiento formal y se caracteriza por la capacidad de abstracción del pensamiento; las operaciones formales tienen como peculiaridad la posibilidad de razonar sobre hipótesis distinguiendo la necesidad de conexiones debidas a la forma y a la verdad de los contenidos. En efecto, el primer carácter de las operaciones formales es el de poder realizarse sobre hipótesis y no sólo sobre objetos; ésta es la novedad fundamental cuya aparición varios autores han señalado la edad de los 11 años.

En esta etapa comienzan a experimentar sentimientos abstractos como por ejemplo, en la infancia solían amar u odiar cosas o situaciones específicas, una vez entrada la adolescencia se puede odiar o amar situaciones más abstractas o complejas como la discriminación o la libertad de expresión, se da un proceso de formación de los propios ideales y de la lucha constante por defenderlos, de aquí es donde surge tantos conflictos propios de esta edad cuando al tener una idea

tan arraigada y una posición obstinada, respecto a algo alguien alega una posición contraria, esto crea una incomodidad en él o ella y representa una ofensa o amenaza. La novedad fundamental en este último período del desarrollo de la inteligencia como señala Piaget, es la capacidad para trabajar con hipótesis, supuestos que no están en la realidad concreta.

Las hipótesis dice Piaget no son objetos son proposiciones, su veracidad es intraproposicional y el pensamiento deductivo que permite sacar conclusiones de las hipótesis es interproposicional. Operar sobre operaciones, esta capacidad de formar operaciones sobre operaciones es lo que permite que el conocimiento se libere de lo real, de lo concreto, de los objetos y pueda trabajar con pensamientos que abren una vía de posibilidades combinatorias infinitas.

Otra característica fundamental es la posibilidad de realizar un único grupo, el grupo cuaternario o de Klein, en un conjunto de partes en general.

En el período de las operaciones concretas existe dos tipos de reversibilidad: la inversión y la reciprocidad, pero no existe ningún sistema de conjunto que una estas transformaciones en un todo único, en un único grupo.

Son estas novedades las que permiten las operaciones lógico-matemáticas y las que finalmente van a permitir el pensamiento científico, pensamiento científico que trabaja más allá de lo observable. Las operaciones lógico-matemáticas se interiorizan por abstracciones reflexivas del sujeto y puede trabajar fuera del tiempo y del espacio, fuera del mundo real mundo a que el mismo sujeto pertenece. Esa abstracción reflexiva es lo que le permitirá objetivar la realidad.

Es un pensamiento que libera al sujeto de cualquier acción material y, añade Piaget, del universo que le engloba. La construcción del conocimiento o la construcción de la inteligencia es una sucesión de estructuras operatorias que una vez construidas son necesarias para construir las siguientes, el origen o la génesis del pensamiento se inicia en un mundo de acciones materiales para poco a poco ir descentrándose de esas acciones materiales hasta llegar a ser extra temporal o intemporal.

La epistemología genética, el constructivismo genético, no es una sucesión de etapas que transcurre en un proceso temporal, porque entonces sería innatismo o supondría que las estructuras cognitivas están preformadas desde el inicio y hay que esperar a que se desarrollen o "estarían en el mundo ideal de los posibles en un sentido platónico", Piaget no acepta esas hipótesis y mediante el análisis del origen y desarrollo de la inteligencia, propone que la inteligencia es una construcción constitutiva, los objetos existen en realidad, existe la realidad, pero son las operaciones de los individuos quienes hacen posible su conocimiento, lo cual quiere decir, según Piaget, que ya que son las operaciones mentales las que construyen la realidad o los objetos, esta construcción es ilimitada y no está en la experiencia, empirismo, no está preformada, innatismo, no está en un mundo de posibles, platonismo, está en operar mentalmente con el mundo.

A nivel social, un mundo complejo que cada sociedad o cultura reduce para enseñarlo. (Piaget, 1973).

3.4 El yo y la identidad en la adolescencia

¿Qué es el Yo?, desde la perspectiva del psicoanálisis este término se refiere a la parte de la estructura de la personalidad de un sujeto que se ve influenciada por el entorno. El Yo como tal, le da al sujeto la oportunidad de enfrentarse a las adversidades externas e internas, además que por medio de esta estructura de la personalidad se da función a procesos mentales tales como la percepción, pensamiento, memoria, etc. En sí el Yo es la forma de la psique que regula la estabilidad mental del sujeto.

La adolescencia es un periodo donde se producen cambios y se consolidan muchos aspectos de la personalidad. Los adolescentes en su transición de niños a adultos adquieren un sentido de sí mismos, ese conocimiento de saber que son diferentes a los demás y con un pensamiento único. Es aquí donde buscan una identidad y se ve reflejado en su vestimenta, gustos musicales e incluso en los alimentos que consumen, se aferran a su Yo a esa identidad que está en formación y van dándose así mismo un sentido de estabilidad.

Esa sensación de ser únicos, de esa aparición del Yo es un gran impulso y un fuerte motivo en la vida del adolescente.

El desarrollo de la comprensión de uno mismo en la adolescencia es un proceso complejo e implica diversos aspectos del yo. Los cambios que tienen lugar en la transición de la infancia a la adolescencia provocan un desarrollo de la conciencia de sí mismo. Esta mayor atención hacia uno mismo lleva a la consideración de del yo y de los muchos cambios que están ocurriendo en el. Inicialmente el adolescente se enfrenta a sus propias descripciones contradictorias, después intenta resolver las contradicciones y al final desarrolla una teoría más integrada del yo, es decir la identidad (Berck, 2004).

Los adolescentes hacen introspección para comprenderse a sí mismos, para estructurar su identidad pero esa capacidad no está completamente interiorizada. Más bien, es una construcción socio cognitiva (Bosma y Kuneen, 2001; Tesser, Fleeson y Suls, 2000). Podemos afirmar de acuerdo a estos autores que la supuesta concepción de sí mismos de los adolescentes no es más que producto de la influencia social y cultural. Este es uno de los puntos que llevó a la realización de este trabajo, el hecho de que en la actualidad la percepción que tienen los adolescentes sobre sí mismos está influenciada por los medios de comunicación y específicamente por las tan nombradas redes sociales.

¿Cómo comprende el adolescente su realidad y como está influye en la consolidación del Yo?, pues bien, la comprensión de sí mismo es la representación que este tiene sobre su realidad, por ejemplo una chica de 15 años sabe que es un sujeto femenino de quince años de edad, que se encuentra estudiando 3º año de secundaria y le apasiona bailar, esta comprensión se ve influenciada por los roles que representa en su día a día y se basa en todos los aspectos racionales de su personalidad.

La comprensión de sí mismo, engloba tres concepciones del Yo, Yo real e ideal y verdadero y falso. La capacidad de los adolescentes de construir un yo ideal, aparte del yo real, puede confundirlos. El reconocimiento de las discrepancias entre el yo real y el yo ideal representa un avance cognitivo, aunque también se cree que una excesiva discrepancia entre el yo real y el yo ideal es un indicador del desajuste. La depresión puede ser una consecuencia de una discrepancia excesiva entre el yo real y el yo ideal (la persona que a uno le gustaría ser), ya que la percepción de esta discrepancia puede producir sensación de fracaso y excesiva autocrítica (Santrock, 2004).

3.5 Adolescencia y comportamiento antisocial

El comportamiento antisocial hace referencia a todos aquellos actos que salen de la dinámica normal de la sociedad, afectando el ir y venir de la vida diaria. Hoy en día el mejor ejemplo de este tipo de comportamiento son los actos de delincuencia que se reportan en el día a día de nuestro país.

Estos comportamientos se pueden manifestar durante la infancia y la adolescencia como una forma de evadir o de hacerse notar por los cambios emocionales propios de la edad, evidentemente esta conducta antisocial se presenta a menor escala y de diversas formas.

El que una conducta se catalogue como antisocial, puede depender de juicios acerca de la severidad de los actos y de su alejamiento de las pautas normativas, en función de la edad del niño, el sexo, la clase social y otras consideraciones. No obstante, el punto de referencia para la conducta antisocial, siempre es el contexto sociocultural en que surge tal conducta; no habiendo criterios objetivos para determinar qué es antisocial y que estén libres de juicios subjetivos acerca de lo que es socialmente apropiado.

Estas conductas que infringen las normas sociales y de convivencia reflejan un grado de severidad que es tanto cuantitativa como cualitativamente diferente del tipo de conductas que aparecen en la vida cotidiana durante la infancia y adolescencia. Las conductas antisociales incluyen así una amplia gama de actividades tales como acciones agresivas, hurtos, vandalismo, piromanía,

mentira, ausentismo escolar y huidas de casa, entre otras. Aunque estas conductas son diferentes, suelen estar asociadas, pudiendo darse, por tanto, de forma conjunta. Eso sí, todas conllevan de base el infringir reglas y expectativas sociales y son conductas contra el entorno, incluyendo propiedades y personas (Kazdin y Buela-Casal, 2002).

3.6 Personalidad y carácter

Es típico en el día a día el uso de los términos *personalidad* y *carácter* haciendo referencia con éstos a la forma de ser de alguna persona, sin embargo cada uno tiene un significado diferente, a continuación la definición de cada uno.

Carácter, del griego “*kharasso*” que significa acuñar o grabar. O bien de acuerdo a la Real Academia Española (R.A.E.): *Carácter*, es un conjunto de cualidades o circunstancias propias de una cosa, persona o colectividad, que los diferencia por su forma de ser u obrar, de las demás a su alrededor.

Por otro lado, el concepto *Personalidad* es también explicado por la R.A.E. como diferencia individual que constituye a cada persona y la distingue de otra, así como el conjunto de características o cualidades originales que destacan en algunas personas.

Encontramos otras definiciones que a continuación se presentan para explicar mas a fondo el significado de cada uno de los conceptos, dicha explicación de acuerdo al *Diccionario de Psicología Océano (2000)*.

Carácter es un conjunto de características personales establecidas mediante el aprendizaje y por influencia del ambiente. Las reglas sociales y las tradiciones culturales desempeñan un papel fundamental, hasta el extremo de que el carácter esta marcado por lo hábitos que se ajustan a las tradiciones, ética y costumbre de la sociedad en la que el individuo se ha desarrollado. El carácter se forma, pues, tanto a causa de la interiorización de las normas sociales, como por el ajuste de la conducta a las mismas que el individuo hace voluntariamente.

Y la *personalidad*, es una organización más o menos estable y duradera del carácter, temperamento, intelecto y físico de una persona, que determinan su adaptación única al ambiente. Patrón de pensamiento, sentimiento o comportamiento profundamente incorporado y que persiste por largos periodos de tiempo. Nuestro comportamiento se muestra, en cierta manera, consistente en el tiempo. En esta idea se fundamenta el concepto de rasgo de personalidad, que es una forma consistente de comportarse por lo que se diferencia de un estado, o sea, una situación acotada en el tiempo, que posee un desencadenante, un inicio y un final.

Podríamos concebir los rasgos como agrupaciones de conductas específicas que se presentan habitualmente; el termino tipo o dimensión que es la correlación entre los diferentes rasgos, lo cual hace posible su agrupación en entidades superiores que llamamos tipos o dimensiones. Así, por ejemplo, se postulan tipos como el de extroversión-introversión, que englobarían rasgos de sociabilidad, vitalidad, actividad, despreocupación, dominancia, búsqueda de emociones, etc.

El precursor de estas teorías fue el filósofo griego Hipócrates quien definió cuatro temperamentos (tipos): melancólico, colérico, sanguíneo y flemático, cada uno estaba conformado por una serie de características “rasgos”, como por ejemplo, el entusiasmo, la despreocupación, la sociabilidad y la alegría del tipo sanguíneo. Si bien esta teoría ha sido hoy en día, totalmente desestimada, se le puede considerar el embrión de las teorías dimensionales.

Otro elemento de la personalidad que vale la pena definir es el *temperamento*, del latín *temperamentum*, es una medida, peculiaridad e intensidad individual de los afectos psíquicos y de la estructura dominante de humor y motivación. El temperamento es la manera natural con que un ser humano interactúa con el entorno. Puede ser hereditario y no influyen factores externos (solo si fuesen demasiado fuertes y constantes estos estímulos). Es la capa Instintivo afectiva de la personalidad, sobre la cual la inteligencia y la voluntad modelarán el carácter (en el cual sí influye el ambiente). Ocupa también la habilidad para adaptarse, el estado de ánimo, la intensidad, el nivel de actividad, la accesibilidad, y la

regularidad. En psicología, el temperamento es la naturaleza general de la personalidad de un individuo, basada las características del tipo de sistema nervioso.

Otra definición de temperamento consistiría en la tendencia innata, propia de un individuo, a reaccionar con un cierto estilo ante los estímulos del ambiente. Se trata de un modo espontaneo y natural de reaccionar, no aprendido, ni inducido por el ambiente o la educación. Es la simple manifestación de las disposiciones psíquicas (básicamente, de índole afectiva, instintiva y tendencia), condicionadas por las constitución orgánica peculiar del individuo. Por eso el temperamento se observa mejor en niños y animales.

Dependiendo de su constitución corporal (especialmente los sistemas neurovegetativo y endocrino), el temperamento es hereditario, innato e invariable, constituyendo en la personalidad la raíz biológicamente permanente (solo los cambios biológicos del individuo, debidos, por ejemplo al envejecimiento o a la acción esporádica de agentes químicos, tales como las drogas o el alcohol, pueden alterar el temperamento) Ejemplo de temperamento de un niño pequeño o animal puede ser su tendencia a ser más o menos activo o pasivo, agresivo o pacífico, tenso o relajado, impulsivo o reflexivo, afectuoso o frío, valiente o miedoso, etc. (Sais, M.M. S/A)

Entonces nos encontramos con que sí existe una diferencia entre carácter y personalidad, ya que por un lado esta última es todas esas características que definen la individualidad del sujeto y por su parte el carácter es la forma en que el sujeto va a exponer y compartir su personalidad a los demás. Son dos términos que se complementan pero cada uno juega un papel diferente en la proyección del individuo.

3.7 Un test para evaluar la personalidad: Facebook.

Parece que hoy en día se cuenta como psicólogo con una nueva forma de evaluar la personalidad de un sujeto y este nuevo test lo podemos encontrar en los perfiles

de los pacientes; publicaciones compartidas, fotos, comentarios, etc. que con facilidad nos pueden mostrar sus intereses, miedos y rasgos de personalidad.

Se puede preguntar al sujeto que foto pondría de perfil, o cual imagen elegiría en su portada y de acuerdo al *test desiderativo*, realizado años atrás por Pigem Serra y Córdova (1949), se estudiaría la personalidad a partir de lo que el sujeto quisiera ser (si fuera lo que actualmente es); con Facebook basta con ver las imágenes que se colocan para saber sobre sus deseos y, de forma simultanea entender el reflejo de su personalidad.

De acuerdo al portal *ABC Tecnología (2015)*, por medio de un estudio publicado por la revista *Personality and Individual Differences*, se afirma que nuestro estado de Facebook dice mucho más de nuestra personalidad de lo que creemos. Concretamente, la investigación ha llegado a la conclusión de que existen varios tipos de sujetos atendiendo al mensaje con el que muestran como se sienten en esta página. Estas van desde las intelectuales, hasta las extrovertidas.

1. **Intelectuales.** En palabras de los investigadores, existe un primer grupo de personas en Facebook que se pueden calificar como intelectuales. ¿Cómo es posible reconocerles? Muy sencillo: en su estado muestran curiosidad por temas elevados, discuten sobre la actualidad y evitan hablar sobre temas clasificados de «superficiales» como qué han comido o cenado. Contrariamente a lo que podría parecer, suelen compartir información impersonal.

2. **Extrovertidos.** El segundo grupo se corresponde con el de las personas extrovertidas, aquellas que están ansiosas por comunicarse con sus amigos y familiares en Facebook. Se las distingue porque hablan principalmente sobre sus últimas actividades sociales y su vida cotidiana en la barra de estado.

3. **Cuidadosos y Exhaustivos.** El tercer lugar pertenece a aquellos que son cuidadosos y precavidos. Curiosamente, este tipo de usuarios se pueden distinguir porque suelen ser padres y tienden a incluir en su estado fotografías y mensajes sobre sus hijos.

En palabras de los investigadores del estudio, suelen hacerlo para que el resto de progenitores puedan apreciar sus logros como padres en Facebook.

4. **Narcisistas.** Estos suelen compartir en Facebook sus logros recientes y hablan mucho del trabajo para sentirse bien consigo mismos. Habitualmente suelen ganarse muchos «likes», algo que alimenta su necesidad de atención y sentirse valorados por el resto. Según los investigadores, sus amistades usualmente les dan estos «*pulgares hacia arriba*» aunque no les gusten sus publicaciones para evitar su enfado.

5. **Neuróticos.** Finalmente, el último grupo es el de los neuróticos, los cuales son más propensos a experimentar altos niveles de ansiedad y envidia en Facebook. Suelen actuar de forma neurótica para ganarse la atención de sus seguidores y, habitualmente, entienden que las dificultades del día a día son un drama. Se sienten bien cuando la gente comenta sus problemas en la red.

Como se puede observar Facebook va más allá de ser una “distracción” o “entretenimiento”, es un tema de estudio y discusión que nos permite ver mas allá de un perfil o de una publicación cualquiera, nos da pauta a conocer mas de la personalidad del individuo, de sus fortalezas y debilidades.

3.7.1 Facebook y la foto de perfil.



Imagen 4. *Foto de perfil.* Para el análisis de la personalidad, la fotografía de perfil es una gran herramienta para analizar y estudiar al sujeto.

A partir de la invención de teléfonos celulares con cámara fotográfica todos tenemos una fijación por capturar todos y cada uno de los momentos de nuestro día a día. Y a final del día es algo normal ya que de acuerdo a la psicología el hecho de tomar fotos es una manera de mantener nuestra memoria autobiográfica, siendo éstas un recordatorio constante y permanente de que hemos hecho, de lo que hemos vivido y de lo que somos.

Y las redes sociales no son la excepción, las fotos compartidas en Facebook son una narrativa diaria de nuestras vidas y con las cuales permitimos a nuestro amigos seguir paso a paso nuestro día a día. Y la foto principal que nos da la oportunidad de proyectar a los demás lo que nosotros deseamos sobre nosotros mismo es nuestra foto de perfil. Pero aquí se presenta una interrogante, ¿Por qué elegimos siempre cierto tipo de fotos?, o acaso ¿Esas fotos realmente proyectan lo que somos?.

De acuerdo al portal *Rincón de Psicología (2012)*, existe un estudio hecho por investigadores de la Universidad de Illinois y la Universidad Nacional de Taiwán los datos arrojados son los siguientes.

Estos investigadores analizaron 200 perfiles de Facebook, la mitad correspondían a ciudadanos estadounidenses y la otra mitad a ciudadanos de Taiwán. Lo interesante fue que descubrieron que, independientemente del contexto de la foto, existían correspondencias culturales. Las personas originarias de Taiwán tendían a optar por imágenes donde se apreciaba bien el contexto mientras que los ciudadanos estadounidenses preferían fotos donde se viesen mejor sus rostros y se apreciaran pocos detalles del contexto.

Para verificar estos resultados se desarrolló un segundo estudio tomando una muestra más grande. Una vez más, se apreciaron las mismas diferencias. Además, vale aclarar que una investigación anterior, realizada en el 2010 con más de 300 estudiantes estadounidenses, ya había encontrado datos similares.

Curiosamente, un estudio anterior realizado (2012) con *eye tracking* (se basa en una tecnología de seguimiento ocular que nos permitirá saber comportamientos visuales del usuario cuando visita nuestra web) demostró que las personas de cultura occidental, en un retrato, tendían a fijarse detenidamente en el rostro mientras que las personas de cultura oriental pasaban más tiempo escrutando los detalles del contexto.

Los investigadores no brindan ninguna explicación concluyente pero las causas de estas diferencias podrían ser muchas. Por ejemplo, la tendencia de la cultura occidental a focalizarse en el individuo más que en la sociedad o el intento de proteger la privacidad y brindar solo los detalles imprescindibles obviando completamente el contexto. ¿O quizás una tendencia oculta al narcisismo?.

Algunos ejemplos

Echemos un vistazo más de cerca de algunos ejemplos clásicos de las fotos que suelen aparecer en los perfiles de Facebook. Eso sí, aclaro que estas interpretaciones no deben ser tomadas al pie de la letra sino que son tan solo generalizaciones.

1. Perfectamente centrada: Es un adulto maduro con confianza en el mismo pero quizás un poco aburrido.



2. Retrato en la distancia. No desea revelar su propia personalidad, es tímido y reservado. Probablemente esconda algún defecto físico que no quiere que los demás noten.



3. Foto de la niñez. Piensa que todo tiempo pasado fue mejor, siente una fuerte nostalgia por el pasado y probablemente continúa escuchando la misma música de hace décadas o usando los mismos vestidos. Definitivamente, no desea cambiar.



4. Foto del hijo en ausencia del padre. Probablemente piensa que tener un niño ha sido la tarea más importante que ha llevado a cabo en la vida. Y ser padre es algo hermoso y una gran satisfacción.



5. Foto de matrimonio. Quiere dar la impresión de que es una persona adulta y madura que sabe asumir sus responsabilidades. Pero, ¿realmente lo es?.



6. Foto en pareja. Indica que la otra persona es sumamente importante para él. Probablemente estaría dispuesto a hacer cualquier cosa con tal de mantener la relación porque ya no concibe la vida sin el otro.



7. Foto de un personaje de ficción. No desea revelar su propia identidad o es de esas personas que se deja llevar fácilmente por la opinión de los otros. No le interesa hacer valer sus criterios y opiniones.



8. Foto con amigos. Probablemente indica a una persona sugestionable que se pliega fácilmente a los deseos del grupo y que desea brindar una imagen extrovertida y abierta a las nuevas experiencias.



El punto es fácil, de acuerdo a las fotos que pongamos como imagen de perfil podemos representar muchas características de nuestra personalidad, aún cuando lo que queremos proyectar sea algo “ideal” ante los demás.

3.7.2 Orientación Social o Narcisismo

Según la publicación *Psicología de Facebook* (2014), se ha vinculado el uso de Facebook al narcisismo y a la inseguridad psicológica de sus usuarios, gestándose la siguiente hipótesis: “*A mayor uso de la red social mayor narcisismo e inseguridad*”. Esta aseveración que fue hecha por investigadores de la Universidad Canadiense de York, está respaldada en un encuesta amplia que según ellos les permite afirmar que el vínculo entre inseguridad y narcisismo está demostrado suficientemente.

En 2010 la Dra. Soraya Mehdizdeh, de dicha Universidad investigó a 100 estudiantes con Facebook y descubrió que los que puntuaban más alto en narcisismo consultaban con más frecuencia su cuenta; también los que tenían baja autoestima. Esos hallazgos se han explicado diciendo que aquellos que presentan más narcisismo e inseguridad tienen mayores deseos de hablar a sí mismos; en consonancia con esto, las personas inseguras están más al pendiente de saber que dicen de ellas. Pero estos hallazgos pueden ser poco seguros porque Facebook tiene varias opciones de funcionamiento, una donde se encuentra la liga que dice “Facebook” (la liga de la orientación social), que lleva al mundo y a saber qué es lo que los amigos están haciendo; pero, también tiene la liga donde se encuentra el nombre de usuario (la liga de la orientación narcisista), para saber cómo se es percibido por los demás.

Para cualquier tipo de personalidad funciona Facebook, tanto para las orientadas a lo interno como a lo externo. Cada persona lo concibe de manera diferente porque lo usa en relación a sus propios intereses o formas de funcionamiento. Los que entran a checar lo que pasan en el mundo tienen una orientación más social, lo que entran para publicar y saber cómo los ven, una más narcisista.

AUTOESTIMA

4.1 Concepto de Autoestima

Como sabemos la autoestima es ese sentimiento de valor hacia nosotros mismos, sobre todos aquellos aspectos que nos integran como individuos y nos hacen identificarnos como seres únicos e irrepetibles. Según el nivel de autoestima que tengamos es lo que va a definir la cantidad de fracasos o logros que concretemos en nuestra vida, ya que a medida de que valoremos y aceptemos lo que somos podremos desenvolvemos como entes sociales y desarrollar los roles propios de cada uno. La autoestima es ese criterio emocional que los sujetos perciben de sí mismos e incluso llega a sobrepasar en sus motivos la racionalización y toda lógica de dicho sujeto.

Muchos autores a lo largo del estudio de dicho término han definido a la autoestima de diferentes formas, por ejemplo, “La autoestima es aquello que nos impulsa hacia la libertad, analizando objetivamente nuestras creencias básicas, modificando paso a paso las más negativas y escapando así de una prisión auto impuesta hacia una vida más libre y satisfactoria “ (McKay y Fanning, 1991).

4.1.1 Niveles de Autoestima

La autoestima como se ha mencionado previamente se designa a aquellos pensamientos, sentimientos, emociones y apreciaciones que una persona tiene sobre sí misma. Es decir, es una percepción de tipo evaluativa formada por el individuo y dirigida hacia él. De acuerdo al portal *Psicología y Mente (2016)*, la autoestima se divide en diferentes tipos dependiendo si es alta o baja y estable o inestable. La autoestima es uno de los factores más relevantes para el bienestar personal y una clave para relacionarnos con el entorno que nos rodea de una manera positiva. La autoestima evoluciona y se desarrolla debido a la relación con el mundo, y cambia constantemente ya que está ligada al cambio de la sociedad. Diferentes contextos sociales y culturales corresponderán con distintas

percepciones sobre lo que consideramos que es una autoestima sana.

Como hemos comentado, la autoestima necesita ser alimentada, en grados diversos, desde el exterior. Aunque las bases se construyen durante la infancia, la autoestima no es inalterable en otras etapas de la vida.

Es importante destacar que no es lo mismo autoestima que la autoconfianza. La autoconfianza (también llamada autoeficacia) está relacionada con los objetivos y metas específicas que nos proponemos, mientras que la autoestima se refiere a la valoración global que hacemos de nosotros mismos.

Ya que la autoeficacia se refiere a la confianza en la capacidad de uno mismo por una meta tarea específica, alguien puede pensar que es muy bueno practicando el tenis, sin embargo puede tener una autoestima baja: igual le gustaría ser más alto o tener mejor físico, por el contrario, confía en su habilidad para batir a sus rivales en un campo de tenis. La autoeficacia podría afectar de manera positiva a la autoestima del individuo si considera que es una prioridad en su vida.

En su libro *Autoestima e identidad. Narcisismo y Valores sociales (2011)*, Luis Hornstein propone 4 tipos de autoestima. Según el autor, los tipos de autoestima varían debido a que la valoración de uno mismo puede ser más o menos alta y más o menos estable.

A continuación se presentan los 4 tipos de autoestima:

1. Autoestima alta y estable

Las circunstancias externas y los acontecimientos de vida tienen poca influencia sobre la autoestima. Las personas con este tipo de autoestima se desenvuelven de manera abierta ya que no necesitan defender su imagen, se defiende sola. Además, la persona es capaz de defender su punto de vista sin desestabilizarse.

2. Autoestima alta e inestable

Las personas con este tipo de autoestima, tienen una elevada autoestima pero son incapaces de mantenerla constante. Los contextos competitivos pueden tener un efecto desestabilizador. Responden con actitud crítica ante el fracaso, ya que estos son percibidos como amenazas. El individuo mostrará convicción al defender su punto de vista, pero no aceptará otros puntos de vista y tenderá a monopolizar la palabra en una discusión. La inestabilidad de la autoestima

conduce a situar la autoestima como preocupación central y exige preservarla a cualquier precio y apelar a una actitud agresiva (para promoverla) o bien pasiva (para protegerla).

3. Autoestima baja y estable

Los eventos externos (sean favorables o no) no alteran la autoestima del sujeto, que no se esfuerza por promover su imagen personal y se infravalora. Los individuos con este tipo de autoestima son indecisos y tienen un gran temor a equivocarse. Estas personas no defienden sus puntos de vista ya que la valoración de sí mismos es siempre negativa, creen que no están a la altura.

4. Autoestima baja e inestable

Las personas con este tipo de autoestima suelen ser sensibles e influenciables por eventos externos. En cuanto se enfrentan a un evento exitoso, su autoestima sube, pero en cuanto termina la euforia del momento, su nivel de autoestima vuelve a bajar. Puede mostrar su opinión, pero no la defiende.

4.2.¿Cómo se forma la autoestima?

El individuo nace sin ningún tipo de conocimiento sobre lo que lo conforma, es como una tabla rasa sin ningún tipo de idea o concepto sobre él o su entorno. A lo largo de la vida va experimentando una serie de vivencias y situaciones que van trascendiendo y dejando huella en el desarrollo de su personalidad e idea sobre sí mismo. Dentro del aprendizaje que va adquiriendo el sujeto está el amor propio, el auto reconocimiento de las cualidades e incluso aceptación de los defectos tanto físico, psicológico y social con los que se cuenta.

La autoestima es ese amor propio que se va aprendiendo a tener y como aprendizaje, está expuesto al cambio o la mejora a lo largo de la vida de la persona.

El desarrollo de la autoestima comienza desde que el sujeto nace y está ligada con el cariño, el trato, la atención y el respeto que recibe día a día.

La dinámica familiar es de suma importancia ya que ahí es el núcleo a partir del cual el sujeto formará las creencias e ideas sobre sí mismo y su entorno; la manera en que los padres se dirigen a sus hijos es vital ya que en los primeros

años de vida son ellos los que le darán al niño/a la identificación y la conexión con su entorno.

La forma en que papá o mamá se dirijan a sus hijos puede ser el lugar que él o ella buscará ocupar en su entorno social, es decir, si desde el hogar los padres lo hacen sentir inseguro y que no es hábil para ciertas cosas, el día de mañana será un sujeto incapaz de socializar y desarrollar los roles con lo que cuente como miembro perteneciente a una sociedad. O por el contrario se construirá la personalidad de un hombre o mujer seguro de sí mismo, competente ante cualquier adversidad y con la capacidad de desenvolverse sin problemas en cualquier círculo social.

La forma en que como padres se refieren a sus hijos desde pequeños marcará la pauta de qué clase de adulto será en los próximos años.

Como se mencionaba anteriormente somos entes sociales y como tal estamos en constante influencia del medio en el que nos desarrollamos, el concepto que tengan los demás de nosotros va a influir en la forma en que nos veamos a nosotros mismos. El autoestima es un concepto dinámico ya que se encuentra en constante movimiento y cambio; un aspecto importante para este, es el autoconocimiento que tenga el sujeto de las cosas que posee y sobre todas aquellas que no sean aplicables a un juicio de valor. Que sepa y tenga sus metas fijadas, a dónde desea llegar, la idea y valor que tiene sobre sí mismo es lo que le dará la dirección y el rumbo para lograr los objetivos en su vida.

Como ente social la influencia de la opinión que tengan los demás sobre nosotros será de gran importancia ya que en conjunto con otros factores determinará la concepción que tengamos sobre nosotros mismos. Aquí es donde radica la importancia del autoconocimiento, aprender a recibir las críticas positivas y negativas y solo quedarnos con aquellas que enriquezcan nuestro ser y aumenten la confianza en nosotros mismos. Por eso la importancia de que tengamos bien claro lo que somos, lo que queremos y a hacia donde nos dirigimos.

La construcción de la autoestima se da también de manera interna de acuerdo a las experiencias. Evidentemente esta construcción se puede dar de forma

negativa o positiva de acuerdo al criterio del individuo y la evaluación que el mismo haga de dichas experiencias, reconocer cuando se ha logrado con éxito o simplemente tomarlo como un área de oportunidad para crecer y en una próxima ocasión hacerlo en excelencia, así generar auto reconocimiento y elevar nuestra autoestima. Haciendo esto puede el sujeto desarrollar un sentido de auto ayuda, de tomar los malos momentos o los “errores” como una nueva oportunidad para ser mejor y no verlo como un fracaso.

Tener una autoestima elevada es el factor motivacional que va a provocar el tener cierto grado de objetividad y asertividad en cuanto a los procesos sociales y afectivos que darán como resultado satisfacción, agrado y amor propio nosotros mismos. Al tener esta concepción sobre nuestra vida y sobre todos esos aspectos que conforman nuestra personalidad tendremos el poder de consolidar una autoestima positiva que nos lleve en cada paso de nuestra vida a ganar, sin importar las circunstancias sabremos cómo actuar y asumir la responsabilidad por nuestros actos haciendo crecer cada vez más el valor y creando juicios más objetivos sobre las circunstancias que se viven día a día.

Sin embargo también puede construirse un tipo de autoestima negativa, un individuo que maneje un bajo perfil emocional, esa clase de persona que a la primera experiencia desagradable o que este fuera de sus planes se derrumba y cae en crisis. Un individuo con una autoestima negativa tiende a caer en un círculo vicioso, al presentarse una experiencia desagradable esto repercute con una carga emocional perjudicial al auto concepto del sujeto provocando auto castigos y autoacusaciones. En una situación crítica futura no sabrá de que manera enfrentarlo ya que no tiene un antecedente sobre cómo manejar una experiencia difícil en su vida, eh aquí el porqué se habla de un círculo vicioso.

De manera que la autoestima de cada sujeto dependerá del entorno que lo rodea desde pequeño hasta su edad adulta ya que como ente social siempre el concepto que tenga de si mismo dependerá de los juicios que tengan los demás y de su forma de desempeñar los roles que le corresponden en la sociedad.

4.3 La autoestima en Adolescentes

La adolescencia es un período de cambios. Puedes sentirte feliz por ellos o puedes también sentirte muy extrañada y disconforme. Es difícil encontrar adolescentes sin complejos, inseguridades y vergüenzas. Lo más normal es que te tome un cierto tiempo adaptarte a las modificaciones de tu cuerpo y más aún que estas nuevas características de tu cuerpo te gusten y te hagan sentirte satisfecha contigo misma. Puede que lleguen a ser una gran fuente de estrés, depresión y ansiedades.

Hemos recibido muchas cartas vuestras con inquietudes que van desde el peso, pasando por la altura, el tamaño de los pechos, la celulitis, el hecho de tener la regla y otras angustias que se han transformado en complejos que impiden llevar una vida relajada y feliz.

Este es el período de tu vida de grandes desafíos, en el que vas a tener que pensar en desarrollar lo que llamamos autoestima. No puedes dejar que los complejos lleguen a disminuir tu sentido de valor personal. Es decir no debes dejar abatirte y permitir que nada te haga perder tu seguridad. **(Isabel Larraburu, S/A).**

La adolescencia es una etapa muy compleja en la vida de una persona en la que la autoestima juega un papel muy importante. Durante esta etapa de la vida, las relaciones con las demás personas son totalmente esenciales. Durante la adolescencia, también es muy importante la necesidad que tiene el joven chico o chica de sentirse aceptado y parte de un grupo y empieza a hacerse muy fuerte su necesidad de agradar y resultar atractiva o atractivo a las personas del sexo opuesto.

En todas estas cuestiones, la autoestima juega un papel muy importante ya que la valoración que uno tiene de sí mismo será muy importante para determinar la valoración que tendrán los demás hacia nosotros mismos.

Al mismo tiempo, poseer una autoestima elevada durante la adolescencia podría determinar gran cantidad de aspectos con respecto al futuro. Una persona con una alta autoestima, seguramente aspirará a más, tendrá una mayor confianza y se planteará diferentes metas y proyectos para su vida adulta.

Sin embargo, y a pesar de lo importante que es la autoestima durante la adolescencia, es bastante habitual que muchas chicas y chicos no tengan una autoestima muy alta, debido a que también es un periodo muy crítico en el que las relaciones con las demás personas pueden producir un efecto muy significativo sobre la autoestima. Dicho de otra forma, si un adolescente no se siente aceptado por su grupo de amigas o amigos o no se siente atractivo para el sexo opuesto, tiene muchas probabilidades de no saber afrontar la adolescencia y desarrollar una baja autoestima. A menudo, problemas simples y típicos de la adolescencia podrían afectar mucho a algunas personas debido a que ven truncada su necesidad de sentirse aceptados y valorados por los demás. Es habitual ver adolescentes que tienen problemas de autoestima debido a problemas de acné, al exceso de peso o porque una determinada persona no los tiene en consideración o cuenta con ellos.

Otro factor que hace que la autoestima juegue un papel muy importante durante la adolescencia es que ésta es una etapa en el que la persona necesita construir gran parte de su identidad. Por un lado, necesita sentirse parte y ser aceptado pero también necesita diferenciarse y construir una identidad propia y distinta a la de los demás. Sin embargo, una persona con baja autoestima seguramente no querrá mostrarse como es por miedo a ser rechazada. Por ello, es posible que pueda construir su identidad no en base a lo que es, sino en base a lo que los demás esperan que sea, para así poder ser aceptado.

(Mi autoestima, 2016).

4.4 AUTOCONCEPTO

El autoconcepto es la suma de creencias de un individuo sobre sus cualidades personales, es decir “que sabemos (o creemos saber) de nosotros mismos”. Este concepto de sí mismo lo vamos formando a lo largo de nuestra vida, por ejemplo vamos interpretando nuestras emociones y nuestra conducta y la comparamos con la del otro ¿es igual o diferente?.

De acuerdo al portal *psicopedia.org* (2014), el autoconcepto es básicamente la imagen que tenemos de nosotros mismos. Esta imagen se forma a partir de un buen número de variables, pero es particularmente influenciado por nuestras interacciones con las personas importantes en nuestras vidas.

Incluye la percepción de nuestras capacidades y nuestra propia singularidad, y a medida que envejecemos estas autopercepciones se vuelven mucho más organizadas, detalladas y específicas.

Componentes del autoconcepto

Al igual que ocurre con otros muchos términos en psicología, diferentes acercamientos teóricos han propuesto diferentes formas de definir y pensar sobre el autoconcepto. De acuerdo con una teoría conocida como la teoría de la identidad social, el autoconcepto se compone de dos partes fundamentales: la identidad personal y la identidad social.

Nuestra identidad personal incluye cosas tales como los rasgos de personalidad y otras características que hacen a cada persona única. La identidad social incluye los grupos a los que pertenecemos dentro de la comunidad, la religión, la universidad o la propia familia.

Para el Psicólogo humanista Carl Rogers (*Psicopedagogía*, 2014) el concepto de sí mismo se compone de tres factores diferenciados:

- La imagen de ti mismo, o cómo te ves. Es importante darse cuenta de que la

auto-imagen no coincide necesariamente con la realidad. La gente puede tener una auto-imagen inflada y creer que son mejores las cosas de lo que realmente son. Por el contrario, las personas también son propensas a tener auto-imagen negativa y percibir o exagerar los defectos o debilidades.

- La autoestima, o cuánto te valoras. Una serie de factores puede afectar a la autoestima, incluso cómo nos comparamos con los demás y cómo responden los demás ante nosotros.
- Cuando la gente responde positivamente a nuestra conducta, somos más propensos a desarrollar una autoestima positiva.
- El Yo ideal, o cómo te gustaría ser. En muchos casos, la forma en que nos vemos y cómo nos gustaría vernos a nosotros mismos no coincide.

Congruencia e Incongruencia

Como se mencionó anteriormente, el auto concepto no siempre está perfectamente alineado con la realidad. Según Carl Rogers, el grado en que el auto concepto de la persona coincide con la realidad determina el grado de congruencia o incongruencia. Rogers cree que la incongruencia tiene sus primeras raíces en la infancia.

Cuando los padres ponen condiciones al afecto que ofrecen a sus hijos (sólo expresan su amor si los niños “lo ganan” a través de ciertos comportamientos, o satisfacen las expectativas de los padres), los niños empiezan a distorsionar los recuerdos de experiencias en los que se han sentido indignos del amor de sus padres.

Por contra, el amor incondicional, ayuda a fomentar la congruencia. Los niños que experimentan este tipo de amor no sienten ninguna necesidad de falsear continuamente sus recuerdos para creer que otras personas los aceptan como realmente son.

4.5 AUTOIMAGEN

Los conceptos de autoestima, autoconcepto y autoimagen van tomados de la mano pero en este punto definiremos lo que es autoimagen. Y bien, dicho concepto se define como la imagen que nuestro subconsciente capta de nosotros mismos. Esta imagen controla nuestro comportamiento, nuestra personalidad y es la responsable de acciones que realizamos en nuestro día a día. La idea que tenemos de nosotros mismo afecta nuestra imagen, por eso hay días que al mirarnos al espejo nos sentimos bien, simpáticos y exitosos, por el contrario hay días que no nos sentimos bien y al vernos al espejo tenemos una mirada triste y derrotada de nosotros mismos.

Lo que pasa a nuestro alrededor, las experiencias buenas y malas hacen que mandemos mensajes al subconsciente, y formen nuestra autoimagen.

El autoimagen es el factor fundamental para que una persona triunfe o fracase, porque nosotros somos el resultado de nuestra imaginación. Es casi imposible ir más lejos de la imagen que tenemos de nosotros mismos.

Esto está ligado directamente con la situación en redes sociales sobre la imagen que tenemos de nosotros mismos y de cómo queremos proyectarla hacia los demás hay casos de adolescentes que invierten gran cantidad de su tiempo libre en actualizar sus perfiles y fotografías causándoles en ocasiones conflictos sobre la idea que tienen sobre ellas comparándose con otras chicas de su edad o con figuras públicas. Respecto a esto según el portal de noticias *El Universal* (2013), la Universidad Americana, ubicada en Washington D. C. publicó un estudio en la revista especializada *Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking* (2013), el estudio reveló que existe relación entre el tiempo que dedican las niñas a esa actividad y la percepción de una pobre autoimagen, sobre todo para aquellas que ven la delgadez como el físico ideal.

En el estudio participaron 103 jóvenes neoyorquinas, entre los 12 y los 18 años. Cada una de ellas debió responder un cuestionario y aportar su edad, grado escolar, altura, peso y etnia, y se calculó el índice de masa corporal de cada una. Posteriormente, respondieron un cuestionario para saber cuán frecuente era que

tendieran a comparar su apariencia física con la de otras personas, su satisfacción por el peso, su deseo de conseguir ser más delgadas y la auto objetivación (a las muchachas se les pidió que calificaran del 1 al 10 la influencia que tenían ciertas partes de su cuerpo en su concepto personal). Para saber si Facebook e Internet tenían alguna influencia en sus apreciaciones personales, se indagó sobre el uso que hacían de ambas herramientas. Entre las preguntas planteadas a las muchachas, se consultó sobre la actividad fotográfica que realizaban (cambiar la foto de perfil, subir o etiquetar fotos propias o de otras personas), así como sobre el tiempo total que dedicaban a navegar en esa red social.

Los investigadores Evelyn Meier y James Gray encontraron que no eran las horas empleadas en Facebook y en Internet las que afectaba la autopercepción de las niñas, sino el tiempo invertido en la actividad fotográfica que se asociaba a una mayor internalización del ideal de delgadez, la auto objetivación, la insatisfacción con su peso o su deseo de lograr la delgadez.

"Dada la conexión entre los trastornos alimentarios y la distorsión e insatisfacción por la imagen corporal, es importante identificar los factores que contribuyen en este grupo especialmente vulnerable (las adolescentes)", comentó Brenda K. Wiederhold, editora de la revista *Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking*.

Otro estudio, a inicios de este año, llamó la atención en ese sentido. La investigación, efectuada por estudiosos de la Universidad de Pittsburgh y de Columbia Business School, reveló que los usuarios de Facebook y otras redes sociales se exponían a la pérdida de control o daño a su autoestima.

El estudio se concentró en los comentarios y en los "me gusta" que los amigos cercanos hacían a los individuos participantes en el estudio. Los científicos concluyeron que los comportamientos de ese círculo de conocidos era capaz de afectar la autoestima y el autocontrol dentro y fuera de la red.

Capítulo V

METODOLOGÍA

5.1 Metodología de la Investigación

Estudio Documental

En la abundante literatura existente sobre la técnica de investigación documental, destacan las siguientes definiciones:

Baena (1985) “la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información, “ (p. 72). Garza (1988) presenta una definición más específica de la investigación documental. Este autor considera que ésta técnica “...se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información..., registros en forma de manuscritos e impresos,” (p. 8).

Franklin (1997) define la investigación documental aplicada a la organización de empresas como una técnica de investigación en la que “se deben seleccionar y analizar aquellos escritos que contienen datos de interés relacionados con el estudio...,” (p. 13).

Las anteriores definiciones coinciden en que la investigación documental es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información.

El desarrollo de un proceso de investigación documental completo da como producto diferentes tipos de trabajos documentales entre los que se encuentran compilaciones, ensayos, críticas valorativas, estudios comparativos, memorias, monografías entre otros (Baena, 1985; Tenorio, 1992). Con el propósito de diferenciarlos se procederá a dar una breve explicación de cada uno de ellos:

a) **Compilación:** Es un estudio que integra y relaciona materiales dispersos elaborados por diversos autores, sobre una temática determinada, obteniendo como producto una investigación general del tema en cuestión.

b) **Ensayos:** Son estudios de tipo argumentativo en los que se presentan opiniones, teorías, hipótesis, etc., mediante una actividad analítica y crítica. El ensayo que se enfoca a cuestiones científicas requiere de un proceso que expresa conclusiones que son determinadas por las pruebas, es decir, las pruebas son condiciones necesarias para llegar a concluir algo.

c) **Crítica Valorativa:** tiene como característica esencial el señalar cualidades y defectos de obras de tipo artístico, científico o filosófico.

d) **Estudios Comparativos:** Este tipo de estudio se utiliza para evaluar las semejanzas y diferencias de corrientes del pensamiento, autores y teorías.

e) **Memorias:** Son documentos que presentan una síntesis de las actividades efectuadas en un periodo específico (Baena, 1991). También se les define como la presentación de información acerca de una serie de actividades. Su principal característica "...es que puede eludir la conclusión," (Mendieta, 1982, p. 72)

f) **Monografía:** Es el estudio exhaustivo de un tema específico.

5.2 Enfoque de la Investigación

Cualitativa

De acuerdo con *Maanen 1983*, el método cualitativo puede ser visto como un término que cubre una serie de métodos y técnicas con valor interpretativo que pretende describir, analizar, descodificar, traducir y sintetizar el significado, de hechos que se suscitan más o menos de manera natural. Posee un enfoque interpretativo naturalista hacia su objeto de estudio, por lo que estudia la realidad en su contexto natural, interpretando y analizando el sentido de los fenómenos de acuerdo con los significados que tiene para las personas involucradas.

Es decir, las metodologías cualitativas no son subjetivas ni objetivas, sino interpretativas, incluye la observación y el análisis de la información en ámbitos naturales para explorar los fenómenos, comprender los problemas y responder las preguntas. El objetivo de la investigación cualitativa es explicar, predecir, describir o explorar el “porqué” o la naturaleza de los vínculos entre la información no estructurada. El objetivo de la investigación cualitativa es el proceso inductivo en lugar del resultado deductivo. Los datos objetivos de la investigación cualitativa proporcionan información no sobrecargada, por lo tanto, el investigador tiene que buscar patrones narrativos explicativos entre las variables de interés, y llevar a cabo la interpretación y descripción de dichos patrones. En lugar de comenzar con la hipótesis, teorías o nociones precisas que probar, la investigación cualitativa empieza con observaciones preliminares y culmina con hipótesis explicativas y una teoría fundamentada. (Creswell, 2007). **UAEH /S.A**

5.3 Definiciones Operacionales

Redes Sociales: ¿Qué son las redes sociales? Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social, cuyo origen proviene de la filosofía Web 2.0. Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. **TECCOMSTUDIES S/A**

Autoestima: Conjunto de sentimientos que uno tiene acerca del mayor o menor valor de su propia persona. La autoestima elevada aporta equilibrio personal, mientras que la escasa autoestima provoca mayor vulnerabilidad emocional. (Océano, 2001)

Autoconcepto: Conjunto de pensamientos y sentimientos que cada individuo tiene acerca de sí mismo y que lo ayudan a definirse como persona. (Océano, 2001)

Capítulo VI

DISCUSIONES Y CONCLUSIÓN

Esta investigación tuvo como propósito encontrar y explicar de qué forma se ve influenciada la construcción del autoestima y auto concepto en los adolescentes por el uso de las redes sociales. El tema se abordó por el interés de saber cómo las nuevas tecnologías influyen en la dinámica de nuestra vida diaria. En el caso particular de las redes sociales que son tan demandadas por uno de los sectores más vulnerables, en cuanto a criterio se refiere de nuestra sociedad, los adolescentes. Es de conocimiento general que durante este periodo del desarrollo los cambios drásticos en todos los aspectos que engloban el individuo están presentes de manera constante en su vida.

Es en esta etapa donde se comienzan a concretar pensamientos y criterios, ya que el adolescente inicia el proceso de creación de su propia ideología gracias a preguntas – respuestas, ensayo-error, negativos- positivos; por supuesto la gran influencia que su entorno representa suma imágenes, palabras, acontecimientos para enriquecer este gran proceso de desarrollo cognitivo.

Es aquí que se comienza a cursar el último año de la educación básica, en donde el conocimiento pasa de ser concreto a convertirse en algo más abstracto, lo que lleva a producir una evolución cualitativa en la información que conforma las estructuras cognoscitivas de estos adultos en formación.

Muchos autores hablan sobre esta etapa y han estudiado diversos aspectos, uno de ellos es Piaget quien tomó como base que los cambios cualitativos del pensamiento se llevan a cabo durante la infancia y la adolescencia.

En el modelo piagetano, una de las ideas nucleares es el concepto de inteligencia como proceso de naturaleza biológica. Para él, el ser humano es un organismo vivo que llega al mundo con una herencia biológica, que afecta a la inteligencia. Por una parte, las estructuras biológicas limitan aquello que podemos percibir, y por otra hacen posible el progreso intelectual. (Psicopedagogía/S.A.)

Según este modelo el desarrollo cognitivo del individuo se divide en etapas o estadios, de acuerdo al portal *Paído Psiquiatría (2007)*, las etapas son las siguientes:

- **Estadio sensoriomotor** (0-2 años): la inteligencia es práctica y se relaciona con la resolución de problemas a nivel de la acción
- **Estadio preoperatorio** (2-7 años): la inteligencia ya es simbólica, pero sus operaciones aún carecen de estructura lógica
- **Estadiode las operaciones concretas** (7-12años):el pensamiento infantil es ya un pensamiento lógico, a condición de que se aplique a situaciones de experimentación y manipulación concretas
- **Estadio de las operaciones formales** (a partir de la adolescencia): aparece la lógica formal y la capacidad para trascender la realidad manejando y verificando hipótesis de manera exhaustiva y sistemática.

Aunque el desarrollo cognitivo - conductual con todo lo que esto engloba es de importancia y es esencial para el desarrollo del sujeto, esta investigación se concreta al estadio de las operaciones formales.

Dichas operaciones se llevan acabo de los 11 años en adelante justo cuando el sujeto inicia el proceso de la adolescencia, dentro de las características que engloban esta etapa están las siguientes; *ABC.com (2016)*:

Se presenta a la edad de la adolescencia y continúa a lo largo de toda la vida adulta. Su principal característica es que el individuo que llega a esta etapa es capaz de prescindir del contenido concreto y palpable de las cosas y de situarse en el campo de lo abstracto.

El adolescente es capaz de realizar razonamientos formales sobre un nivel abstracto: se desarrollan nuevas capacidades que permiten la valoración de la verdad o falsedad de las proposiciones abstractas, analizar fenómenos complejos en términos de causa-efecto, utilizando el método hipotético-deductivo, e incluso deducir consecuencias de situaciones hipotéticas y diseñar pruebas para ver si las consecuencias sostienen la verdad.

Otro de los factores que caracterizan esta etapa es la posibilidad de realizar hipótesis, dejar a un lado lo concreto y comenzar a desarrollar estructuras más formales.

La primicia fundamental en este último periodo del desarrollo cognitivo es precisamente lo que se mencionaba con anterioridad, el sujeto deja crear supuesto en base a objetos, se inicia un proceso de análisis hipotético, supuestos que no se establecen en una realidad concreta.

En el período de las operaciones concretas existe dos tipos de reversibilidad: la inversión y la reciprocidad, pero no existe ningún sistema de conjunto que una estas transformaciones en un todo único, en un único grupo.

Son estas novedades las que permiten las operaciones lógico-matemáticas y las que finalmente van a permitir el pensamiento científico, pensamiento científico que trabaja más allá de lo observable. Las operaciones lógico-matemáticas se interiorizan por abstracciones reflexivas del sujeto y puede trabajar fuera del tiempo y del espacio, fuera del mundo real mundo a que el mismo sujeto pertenece. Esa abstracción reflexiva es lo que le permitirá objetivizar la realidad. Es un pensamiento que libera al sujeto de cualquier acción material y, añade Piaget, del universo que le engloba. *Reeduca (2009)*

Otros aspectos que hay que analizar sobre el funcionamiento de la inteligencia de Piaget son la asimilación y la acomodación; *Psicopedagogía (2016)*:

La asimilación se refiere al modo en que un organismo se enfrenta a un estímulo del entorno en términos de organización actual, mientras que la acomodación implica una modificación de la organización actual en respuesta a las demandas del medio. Mediante la asimilación y la acomodación vamos reestructurando cognitivamente nuestro aprendizaje a lo largo del desarrollo (reestructuración cognitiva).

Asimilación y acomodación son dos procesos invariantes a través del desarrollo cognitivo. Para Piaget asimilación y acomodación interactúan mutuamente en un proceso de equilibración. El equilibrio puede considerarse cómo un proceso regulador, a un nivel más alto, que gobierna la relación entre la asimilación y la acomodación.

Partiendo de los conceptos de asimilación – acomodación, podemos afirmar de acuerdo al propósito de esta investigación que durante este proceso dual que se consolida al punto de llegar al equilibrio es donde el entorno puede influir y causar cierto grado de afectación en la manera de percibir el entorno y crear un criterio respecto a cierto tema. Es decir, el adolescente asimila los acontecimientos externos de los cuales aprende y logra adaptarse, por otro lado durante el proceso de acomodación los adolescentes deben de adecuar su pensamiento de acuerdo a las demandas de su entorno y un ejemplo claro de esto es que, las creencias que el adolescente en su etapa infantil pueda tener sobre si mismo se ven influenciadas por una sociedad que exige ciertos estereotipos, que demanda un grado de perfección fuera de la realidad.

Es aquí donde el sujeto puede entrar en una dinámica confusa, ya que en su intento por adaptarse a lo que su entorno demanda partiendo de las creencias que tiene sobre si mismo, crea una confusión que puede llegar a tal extremo de explotar, no saberlo manejar y no saber si realmente lo que el pensaba sobre su persona es lo correcto o esta fallando ante las exigencias que su entorno le demanda.

Justamente esto es lo que inspira a la realización de esta investigación: las redes sociales pertenecientes a la tecnología que hoy en día es una necesidad y una exigencia como parte de la adaptación de esta evolución social que se ha venido formando, son sin duda alguna una gran fuente de información y comunicación, pero también abren puertas al transito de ideologías con fundamentos nulos, dan pie a la tergiversación de la información, y el hecho de que grandes compañías de la industria de la moda, comunicación, etc. con marcas que son populares en el entorno de los adolescentes se valga de este medio de comunicación para publicitarse y mostrar cierto estándares de belleza o cierto tipo de ideología que caracterice a su marca, representa una problemática para el proceso de consolidación del auto concepto que el adolescente se encuentra estructurando. Es decir, como ya se ha explicado, es precisamente en esta etapa que los sujetos van creando un concepto de lo que son, gustos, habilidades, capacidades, opiniones, criterios y con este bombardeo de formas, imágenes, consumismo, etc.

Unido a la situación familiar particular de cada uno, nos ofrece una gran posibilidad de que el individuo este expuesto a caer en una dinámica ideológica mal fundamentada afectando con esto lo que él concibe sobre sus fortalezas y puntos positivos que anteriormente tenía. Puede comenzar a creer que no es lo suficientemente fuerte y adecuado para adaptarse a su entorno, causando con esto graves consecuencias como una baja autoestima que puede llevarlo a desarrollarse como un adulto que en un futuro puede ser propenso a padecer depresión, no saber que es un individuo fuerte, capaz y tener la creencia que es un eslabón débil en la gran cadena que es esta sociedad.

Dentro de las redes sociales, en el caso particular de Facebook se ha desarrollado una nueva tendencia que de acuerdo al criterio de los jóvenes les permite medir la cantidad de amigos, popularidad e impacto que tienen dentro de círculo social, tomando esto como una mal forma para alimentar su autoestima. Como se ha mencionado dentro de este trabajo los adolescentes se han obsesionado con este hábito de cambiar constantemente su foto de perfil en dicha red social con las muy populares *selfies* palabra en inglés utilizada para referirse a un auto retrato que posteriormente es compartido.

¿Hay que preocuparse por el impacto que esto tiene en la autoestima de los adolescentes?, La licenciada Andrea Baldantoni (*El tribuno*, 2014), especialista en niños, adolescentes y familias, asegura: *Con frecuencia tratar con padres preocupados y desorientados ya que sus hijos están demasiado atentos a ver cuántos likes (signos de aprobación) reciben por sus fotos o videos, chicos que disfrutan y festejan los aplausos cibernéticos o con frecuencia padecen la falta de respuesta o comentarios negativos.*

Gran parte importante del desarrollo normal infantil y adolescente es experimentar con la imagen personal y con la construcción de la identidad. Ya de pequeños jugamos con el reflejo de nuestra imagen en el espejo. La tecnología de hoy les permite a los chicos ser constructores activos de su identidad y la función *editar* les brinda más dominio sobre su imagen.

Con frecuencia, este tipo de conductas se explica desde los rasgos narcisistas o egocéntricos de la personalidad, pero esta exploración de sí mismo, cuando se realiza de manera cuidada y supervisada, también puede ayudar a configurar aspectos creativos y seguros en nuestros hijos. Son ellos los que deciden que imagen mostrar y así ejercen más control sobre su identidad digital. Nos encontramos frente a una nueva forma de comunicación entre los nativos digitales. A través de estos autorretratos los chicos activamente se comunican y construyen su mundo mientras se relacionan con sus amigos, ya no de forma estática sino en conversaciones activas donde las fotos cuentan historias y transmiten estados de ánimo y emociones.

¿Cuáles son los riesgos para la autoestima?, Estudios realizados por investigadores de la Stony Brook University de Nueva York resaltan que el uso excesivo de Facebook puede predisponer a la aparición de trastornos de ansiedad y depresión entre sus usuarios. El estar pendiente de los comentarios o *likes* de las *selfies* puede indicar una autoestima demasiado ligada con la mirada externa (lo que se dice o lo que no se dice). Es el deber de padres y profesionales guiar a los chicos para que aprendan a navegar por el mundo de sus relaciones virtuales y reales. Es importante que puedan diferenciar que *estos autorretratos no reflejan quién soy, sino cómo me veo*. El *quién soy* no se define por el número de *likes* o de seguidores que tengo en mi perfil.

Así, poder separar la imagen virtual del *quien soy real* permite valorar e integrar todos los aspectos que hacen que cada uno tenga un lugar especial en el mundo. Una investigación realizada en el Reino Unido en 2010 dio cuenta que las chicas, en pos de mostrar una imagen divertida y socialmente aceptada, menospreciaban aspectos tan importantes como su inteligencia, bondad y el esfuerzo por ser una influencia positiva en los demás.

La alarma parental debe activarse cuando las *selfies* dejan de tener como objetivo la diversión, para poner en primer plano la necesidad de recibir comentarios o aprobación externa. Es aquí cuando los padres deben intervenir para encontrar la manera de equipar a los chicos con otras fuentes de autoestima y confianza en sí mismos, en donde se valore no solo la imagen y su presencia o éxito en el mundo virtual. Es importante respetar límites y supervisar, especialmente a los más pequeños. Si bien la mayoría de los adolescentes circulan sus fotos en búsqueda de aprobación y elogios, es deber de los padres estar atentos ya que esto expone a sus hijos a recibir comentarios negativos o hasta abusivos.

Los chicos con baja autoestima intentan desesperadamente probar a los demás -y a sí mismos- que son personas adecuadas y buscan constantemente aprobación. Pueden llegar a retrotraerse dentro de sí mismos, temiendo el contacto con los demás, ya que encuentran poco en sí mismos de que sentirse orgullosos.

(El tribuno, 2014).

Como se puede observar, los límites son parte fundamental para evitar el desarrollo de problemas en el autoestima del individuo. El uso excesivo y mal fundamentado de Facebook es lo que podría dar origen a una problemática en la vida del adolescente, porque como se revisó anteriormente, la adolescencia es una etapa donde la estructura física y psíquica del sujeto está en construcción y la influencia externa es un gran componente, dicho esto, el encontrarse en una etapa de consolidación de un criterio propio da pie a la confusión y por ende hay lugar suficiente para desarrollar trastornos relacionados con la falta de autoestima del sujeto. En este punto es donde los padres deben intervenir y promover una comunicación asertiva, es aquí donde se puede marcar una diferencia, se puede encaminar las cosas de una forma diferente. El hecho de que los padres sepan en que se divierte su hijo, cuales son sus dudas, necesidades, miedos, etc. Puede dar lugar a que estos se conviertan en verdaderos guías, informándose sobre los temas de curiosidad para su hijo como el caso de las redes sociales, su función sus consecuencias, etc.

Que conozcan mas a fondo el proceso biológico por el que sus hijos atraviesan y por otro lado, que los mismos adolescentes estén consientes de lo que pasa en su cuerpo, en su mente, que tengan conocimiento por el proceso que pasan y conozcan cuales son sus puntos fuertes y débiles para trabajar en ellos. Como en cualquier situación la comunicación y la transparencia en la información son las claves para hacer las cosas diferentes, son las claves para comenzar a construir una sociedad diferente, informada y con la comunicación como parte esencial de su dinámica del día a día.

Capítulo VII

PROPUESTA

En relación a lo mencionado por los autores se diseña y propone un programa que instruye sobre la dinámica de las redes sociales, uso y consecuencias del mal manejo de las mismas, contando con el conocimiento adecuado se pretende favorecer la comunicación y la correcta intervención de los padres de familia como guías en el proceso que implica la adolescencia dando las correctas herramientas para guiar el desarrollo de la autoestima y auto imagen en sus hijos adolescentes.

Nombre del programa: *Guía de educación para padres y adolescentes para la prevención de riesgos en el uso de redes sociales.*

Objetivo: Hacer conciencia sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes y prevenir que esta influencia se enfoque en lo negativo.

Horas por sesión: 4 horas semanales, dos sesiones por semana los días Martes y Jueves con dos horas distribuidas respectivamente (papás) ; Miércoles y Viernes (adolescentes).

Número de sesiones: 10

Especificaciones: Cada semana los días Martes y Miércoles se les dará tanto a padres como adolescentes respectivamente el contenido teórico de la semana y posteriormente los días Jueves y Viernes se ocuparán para aclarar dudas e inquietudes sobre el tema, además que se aplicará una evaluación del tema semanal y se cerrará la sesión con una retroalimentación de parte del instructor.

Contextualización de la Guía de educación para padres y adolescentes para la prevención de riesgos en el uso de redes sociales.

El uso de las redes sociales en la actualidad se ha convertido en una necesidad socialmente básica de los adolescentes, como cualquier situación cotidiana conlleva riesgos y dificultades que afecta la consolidación de los pensamientos y creencias de éstos.

El objetivo de este plan de prevención es informar tanto a los padres como a los adolescentes, el buen uso de las redes sociales, los riesgos que el uso de las mismas puede tener, así como también el proceso de desarrollo que atraviesan los adolescentes con todo lo que este representa, como lo es la consolidación de la autoestima y todos aquellos aspectos que se unen para que un individuo construya el autoconcepto de si mismo. Para los adolescentes el uso de las redes sociales como Facebook y Twitter representa un espacio de “libertad” de “protagonismo” donde pueden relacionarse, crear vínculos y expresar sus opiniones. A veces como adultos es difícil de entenderlo, por eso esta propuesta, como una forma de crear conciencia en los padres sobre su responsabilidad y sus tareas en casa para saber manejar las nuevas tecnologías y guiar a sus hijos por un camino de comunicación y confianza. Sin privarlos de una herramienta que se puede decir es “necesaria”, pero si creando en ellos una conciencia sobre la situación y sobre todo aterrizar sus creencias en la realidad actual y hacerlos también que conozcan las consecuencias del mal uso de las mismas. Esto tomado de la mano el conocimiento sobre su desarrollo y el proceso de crecimiento por el que atraviesan.

Por lo tanto esta propuesta busca una mejora en el manejo de las redes sociales, creación de medias de prevención, y realización de un procedimiento de educación donde se tenga como contexto todos los aspectos en relación al adolescente (desde el punto de vista de los padres) y que al mismo tiempo ellos jueguen un papel de protagonistas haciéndolos saber que este trabajo es para buscar su bienestar. Que aprendan a jugar un papel de factores de cambio y transformación y no el de “titeres” sociales.

Palabras Clave:

Redes Sociales, Prevención, Autoestima, Autoconcepto, Adolescentes

Propósito: Informar y orientar tanto a adolescentes como a padres de familia sobre la etapa de desarrollo que atraviesan y todos los cambios que esta conlleva. Consolidación del autoestima y como el mal uso de las redes sociales perjudica el desarrollo de ideas y pensamientos sobre sí mismos. Así como también el estudio de lo que es una red social, origen, uso y consecuencias del abuso de estas.

Contenido Temático y Planeación.

Adolescentes

Sesión 1. Tema 1. “YO adolescente”. 2 horas.

Objetivo: Que los adolescentes asimilen el proceso de desarrollo en el que se encuentran con todo lo que esto representa, cambios físicos y psicológicos. Como será el proceso de consolidación de sus ideas, la influencia que la sociedad tiene en esta formación y como también cada uno juega un rol importante en la dinámica de su entorno.

Actividades de enseñanza: El ponente hablará sobre el tema de acuerdo a la programación y expondrá conceptos básicos de fácil comprensión. Aprendizaje cooperativo, por medio de debates y cierre con mapas conceptuales a manera de conceptualizar y concretas las definiciones expuestas.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 2. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en la sesión pasada (Yo adolescente), pero en base a las dudas

que surjan de parte del grupo de chicos a los que se les esta dando la ponencia. Una vez cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Un vez evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 3. Tema 2. Cambios Físicos y psicológicos. 2 horas.

Objetivo: Lograr que el adolescente comprenda la importancia que tiene este período en su desarrollo humano, con todos los cambios psicológicos y físicos que representa.

Actividades de enseñanza: Los alumnos registraran los diferentes cambios tanto físicos como psicológicos por medio de un mapa comparativo. El ponente hablará sobre los aspectos básicos en los cambios durante la adolescencia. Ejercicios dentro de clases (mapa conceptual y cuestionarios).

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 4. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en las sesión pasada (Cambios físicos y psicológicos), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de chicos a los que se les esta dando la

ponencia. Una vez cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuáles son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que está faltando de parte del ponente para complementar la información. Una vez evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 5. Tema 3. Redes Sociales y Facebook. 2 horas.

Objetivo: Explicar la dinámica de las redes sociales y Facebook como una de las más usadas por los adolescentes. Revisar los componentes de estas y sus principales aplicaciones en la sociedad.

Actividades de enseñanza: Se expondrán los conceptos básicos, el alumno realizará ejercicios sobre el tema se hará un registro del mismo. Organización de trabajo en equipo y exposición por parte de los alumnos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 6. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en la sesión pasada (Redes sociales y Facebook), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de chicos a los que se les está dando la ponencia. Una vez cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una

evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Un ves evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices

Sesión 7. Tema 4. Cyberbullying, Grooming y Sexting. 2 horas.

Objetivo: Analizar y comprender los conceptos de Cyberbullying, Grooming y Sexting.

Actividades de enseñanza: Se expondrán los conceptos que conforman el tema, se realizara un mapa mental por equipos mismo que se expondrá posteriormente, retroalimentación de parte del ponente y cierre de la sesión.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 8. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en las sesión pasada (Cyberbullying, Grooming y Sexting), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de chicos a los que se les esta dando la ponencia. Una ves cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte

del ponente para complementar la información. Un ves evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 9. Tema 5. ¿Cómo prevenir?. 2 horas.

Objetivo: Se analizará la situación actual de las redes sociales, se brindarán herramientas para su correcto uso y prevención.

Actividades de enseñanza: Exposición, trabajo en equipo, análisis de lectura y debate.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 10. Aclaración del tema expuesto, retroalimentación y cierre. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones con número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en la sesión pasada (¿Cómo prevenir?), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de chicos a los que se les esta dando la ponencia. Una ves cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Un ves evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación, se dará una retroalimentación para reafirmar

los conceptos, finalmente se hará un cierre de los temas vistos durante todas las sesiones y se les entregará un manual con todo el contenido teórico expuesto durante las sesiones previas.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices

Contenido Temático y Planeación.

Padres de Familia

Sesión 1. Tema 1. Adolescencia: cambios físicos y psicológicos. Autoestima y Auto concepto. 2 horas.

Objetivo: Que los padres de familia analicen y comprendan la etapa de desarrollo en la que sus hijos se encuentran, con todo lo que esto representa, cambios físicos y psicológicos. Como será el proceso de consolidación de sus ideas, la influencia que la sociedad tiene en esta formación y cual es la tarea de los padres de comprenderlos y acompañarlos como guía durante este momento de su vida.

Actividades de enseñanza: El ponente hablará sobre el tema de acuerdo a la programación y expondrá conceptos básicos de fácil comprensión. Aprendizaje cooperativo, por medio de debates y cierre con mapas conceptuales a manera de conceptualizar y concretar las definiciones expuestas.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 2. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en la sesión pasada (Adolescencia: cambios físicos y psicológicos. Autoestima y Auto concepto), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de padres a los que se les está dando la ponencia. Una vez cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales

son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Un ves evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 3. Tema 2. Eficacia mamá – papá. Valores familiares. 2 horas.

Objetivo: Que lo padres de familia hagan un análisis del papel que están desarrollando en su hogar como guías y ejemplo de valores. Que asimilen la responsabilidad principal de la comunicación de valores en una familia corresponde a los padres.

Actividades de enseñanza: Exposición de tema, elaboración de mapas conceptuales sobre el contenido explicado, debate y análisis grupal

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 4. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en las sesión pasada (Eficacia mamá - papá), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de padres a los que se les esta dando la ponencia. Una ves cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Un ves evaluado el punto anterior

se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 5. Tema 3. Redes Sociales y Facebook. 2 horas.

Objetivo: Explicar la dinámica de las redes sociales y Facebook como una de las más usadas por los adolescentes. Revisar los componentes de estas y sus principales aplicaciones en la sociedad.

Actividades de enseñanza: Se expondrá los conceptos básicos, padres de familia realizaran ejercicios sobre el tema se hará un registro del mismo. Organización de trabajo en equipo y exposición.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 6. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en la sesión pasada (Redes sociales y Facebook), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de padres a los que se les esta dando la ponencia. Una vez cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Un vez evaluado el punto anterior

se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 7. Tema 4. Cyberbullying, Grooming y Sexting. 2 horas.

Objetivo: Analizar y comprender los conceptos de Cyberbullying, Grooming y Sexting.

Actividades de enseñanza: Se expondrán los conceptos que conforman el tema, se realizara un mapa mental por equipos mismo que se expondrá posteriormente, retroalimentación de parte del ponente y cierre de la sesión.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 8. Aclaración de dudas del tema expuesto, evaluación y retroalimentación. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en la sesión pasada (Cyberbullying, Grooming y Sexting.), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de padres a los que se les esta dando la ponencia. Una vez cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Una vez evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación y finalmente con los resultados de la misma se les dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 9. Tema 5. ¿Cómo prevenir?. 2 horas.

Objetivo: Se explicará de manera general el uso de las redes sociales a los padres y las herramientas que se tienen para lograr el uso correcto de las mismas.

Actividades de enseñanza: Exposición, trabajo en equipo, análisis de lectura y debate.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices.

Sesión 10. Aclaración del tema expuesto, retroalimentación y cierre. 2 horas.

Objetivo: En las sesiones con número 2, 4, 6, 8 y 10. El objetivo esencial es retomar el tema visto en la sesión pasada (¿Cómo prevenir?), pero en base a las dudas que surjan de parte del grupo de padres a los que se les esta dando la ponencia. Una vez cerrado el bloque de preguntas se llevará a cabo una evaluación que nos permitirá ver cuales son las áreas de oportunidad de el grupo respecto al tema que están aprendiendo y también lo que esta faltando de parte del ponente para complementar la información. Un vez evaluado el punto anterior se dará una retroalimentación para complementar los puntos que no quedaron claros y reafirmar el objetivo del tema anterior.

Actividades de enseñanza: Se abrirá un bloque de preguntas por parte del grupo, se aplicará una evaluación, se dará una retroalimentación para reafirmar los conceptos, finalmente se hará un cierre de los temas vistos durante todas las sesiones y se les entregará un manual con todo el contenido teórico expuesto durante las sesiones previas.

Recursos Didácticos: Pizarrón, plumones, computadora, cañón, hojas blancas, plumas y lapices

Bibliografía del Temario para propuesta:

- Horrocks, J. (2001). Psicología de la adolescencia. México. Editorial Trillas.
- Coleman J., Hendry L. (1985). Psicología de la adolescencia. Madrid. Editorial Morata.
- Farre, J. (2000). Diccionario de Psicología. Barcelona. Océano.
- El- Sahili G.L.F. (2014). Psicología de Facebook. Universidad de Guanajuato.
- Vargas, G. (2009). Quiúbole con... Interactivo. Guía de adolescentes. Editorial Aguilar. México
- Di Próspero, Carolina Emilia, Autopresentación en Facebook: un yo para el público. Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad [en línea] 2011, 3 (Agosto-Noviembre) : [Fecha de consulta: 9 de febrero de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273219417005>> ISSN 1852-8759
- Imaña, Tania, FACEBOOK, TEJIENDO LA TELARAÑA DE LAS REDES SOCIALES. Razón y Palabra [en línea] 2008, 13 (Mayo-Junio) : [Fecha de consulta: 9 de febrero de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520934009>> ISSN 1605-4806.
- Rodríguez Fernández, Arantzazu, AUTOCONCEPTO FÍSICO Y BIENESTAR/ MALESTAR PSICOLÓGICO EN LA ADOLESCENCIA. Revista de Psicodidáctica [en línea] 2009, 14 (Sin mes) : [Fecha de consulta: 9 de febrero de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17512723011>> ISSN 1136-1034
- Ros Bernal, I., INFLUENCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA MEJORA DE LA RESISTENCIA EN ADOLESCENTES. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte / International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport [en línea] 2006, 6 (Septiembre) : [Fecha de consulta: 9 de febrero de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54221991002>> ISSN 1577-0354

BIBLIOGRAFÍA

- *Autoestima en la adolescencia*

Recuperado 4 de Enero de 2016. Disponible en :

www.isabel-larraburu.com/articulos/psicologia-para-adolescentes/101-la-autoestima-en-la-adolescencia.html?lang=

- *Adolescencia construcción del yo y de la identidad*

Recuperado 10 de Enero de 2016. Disponible en:

<https://terapiaonline.co/psicologia-evolutiva/adolescencia/la-construccion-del-yo-y-la-identidad>

- *Autoestima en la Adolescencia*: Recuperado 10 de Enero de 2016. Disponible en:
<http://www.miautoestima.com/autoestima-adolescentes-adolescencia/>

- *Autoconcepto*: Recuperado 10 de Enero de 2016. Disponible en:
<http://psicopedia.org/185/que-es-el-autoconcepto-y-como-se-forma>

- *Conducta Antisocial en Adolescentes: Factores de Riesgo y de Protección*.
Recuperado 10 de Enero de 2016. Disponible en:
<http://eprints.ucm.es/12024/1/T28264.pdf>

- *Componentes del Autoconcepto*: Recuperado 10 de Enero de 2016. Disponible en: <http://psicopedia.org>

- *Cyberbullying*. Recuperado 12 de Enero de 2016. Disponible en:
www.cyberbullying.com

- *Definiciones Operacionales*

Farre, J. (2000). Diccionario de Psicología. Barcelona. Océano.

- *Definiciones: Personalidad y Carácter*: Recuperado 12 de Enero de 2016.
Disponible en: www.rae.es

- *Estudio UNICEF (Adolescencia)*

Recuperado 4 Enero de 2016. Disponible en:

http://www.unicef.org/lac/indice_adolescencia_mexico2006.pdf

- *Etapas del desarrollo cognitivo (Piaget)*

Recuperado 10 de Marzo de 2016.

Disponible en: http://www.paidopsiquiatria.cat/files/teorias_desarrollo_cognitivo.pdf

- Facebook en México

Recuperado 13 de Marzo de 2016.

Disponible en: www.sipse.com

- *Funciones de Twitter.*

Recuperado 3 Enero de 2016. Disponible en: www.Eduteka.org

- *Foto de perfil de Facebook*

Recuperado 10 de Enero de 2016.

Disponible en: <http://www.rinconpsicologia.com/2012/05/la-foto-del-perfil-de-facebook-que-dice.html>

- *Historia de Facebook*

Recuperado 6 de Agosto de 2015. Disponible en :

http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm

- *Historia de Twitter*

Recuperado 28 de Agosto de 2015. Disponible en :

http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm

- *Investigación Cualitativa*

Recuperado 4 de Enero de 2016. Disponible en:

<http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>

- *Metodología de la Investigación (Estudio Documental)*

(Ávila Baray, H. / 2006). Recuperado 14 de Junio de 2016.

Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2c.htm>

- *Niveles de Autoestima*

Recuperado 15 de Mayo de 2016.

Disponible en: <http://psicologiyamente.net>

- *Psicología de la Adolescencia*

Horrocks, J. (2001). *Psicología de la adolescencia*. México. Editorial Trillas

- *Psicología de Facebook*

El Sahili González, Luis Felipe. (2015). *Psicología de Facebook : vislumbrando los fenómenos psíquicos, complejidad y alcance de la red social más grande del mundo*. México, D.F. Editorial Trillas.

- *Pensamiento y Razonamiento en el adoelscente*
Piaget, J. (1973). Estudios de Psicología Genética. Buenos Aires. Emece.

- *Personalidades de Facebook*
Recuperado 10 de Enero de 2016. Disponible en:
<http://www.abc.es/tecnologia/redes/20150808/abci-facebook-estado-psicologia-201508081827.html>

- *Psicología de la Adolescencia*
Coleman J.,Hendry L. (1985). Psicología de la adolescencia. Madrid. Editorial Morata.

- *¿ Qué hacen los jóvenes en las redes sociales?*
Recuperado 13 de Noviembre de 2015.
Disponible en: www.generacion.wifi.pieb.org

- *Redes Sociales: Clasificación .*
Recuperado 4 de Agosto 2015. Disponible en:
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3>

- *Red Social*
Recuperado 4 de Enero de 2016. Disponible en:
<http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-1/136-las-redes-sociales-una-aproximacion-conceptual-y-una-reflexion-teorica-sobre-los-posibles-usos-y-gratificaciones-de-este-fenomeno-digital-de-masas?start=3>

- *Transformaciones económicas, socioculturales e institucionales:*
Recuperado 3 de Enero de 2016.
Disponible en: [www. genereacion.wifi.pieb.org](http://www.genereacion.wifi.pieb.org)

- *Temperamento, Personalidad y Carácter*
Recuperado 4 de Enero de 2016. Disponible en:
http://www.paidopsiquiatria.cat/files/modulo-7_temperamento.pdf

- *Twitter, historia y avances.*
Recuperado 3 Enero de 2016.
Disponible en: <http://www.cad.com.mx>

