



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA SALUD HUMANA *Carrera de Medicina Humana*

TÍTULO

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK)
EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN
ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO
BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN
EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE MÉDICO
GENERAL

AUTORA:

Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

DIRECTOR:

Dr. Héctor Podalirio Velepucha Velepucha, Mg.Sc.

LOJA – ECUADOR

2017

Que ninguna conquista
te conquiste...
que ninguna derrota
te derrote...



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA SALUD HUMANA
CARRERA DE MEDICINA HUMANA



CERTIFICACIÓN

Dr. Héctor Podalirio Velepucha Velepucha, Mg. Sc
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICO:

Por este medio informo. Que el trabajo de Tesis denominado “**INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016**” elaborado por la estudiante **Adriana Elizabeth Armijos Gordillo** para obtener el título de **Médico General**, ha sido realizado bajo mi asesoría, el cual cumple con todos los requisitos técnicos y reglamentarios establecidos por la Universidad Nacional de Loja y considero que ha sido concluido. En consecuencia apruebo su presentación.

Loja, 10 de febrero del 2017.

Dr. Héctor Podalirio Velepucha Velepucha, Mg. Sc
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **ADRIANA ELIZABETH ARMIJOS GORDILLO**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis **“INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016”** y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

Autora: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo



Firma: -----

Nº de Cedula: 1105642027

Fecha: 10 de febrero del 2017

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **Adriana Elizabeth Armijos Gordillo** declaro ser autora de la tesis titulada: **“INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016”**, como requisito para optar al grado de: **Médico General**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diez días del mes de febrero del dos mil diez y siete, firma la autora.

Firma: 

Autor: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Cédula: 1105642027

Dirección: Barrio. Obra pía (Av. Villonaco).

Correo electrónico: adrianitaarmijos1992@hotmail.com **Teléfono:** 0985818472

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Dr. Héctor Podalirio Velepucha Velepucha, Mg.Sc.

Tribunal de Grado:

Dr. Tito Goberth Carrión Dávila, Mg. Sc. (Presidente)

Dr. German Alejandro Vélez Reyes, Mg. Sc. (Vocal)

Dra. Tania Verónica Cabrera Parra, Mg. Sc. (Vocal)

DEDICATORIA

Primeramente a DIOS y a la Virgen del Cisne, quienes inspiraron mi espíritu para la conclusión de esta tesis, a mis padres Ruzbel Armijos y Alba María Gordillo quienes me apoyaron y supieron darme la motivación y guía correcta para culminar mis estudios, a mis hermanas Daniela y Yamilex Armijos por su apoyo incondicional, quienes me apoyaron y alentaron para continuar, cuando parecía que me iba a rendir.

A mi Tutor, por el apoyo, paciencia y dedicación brindada en la realización de este trabajo investigativo.

Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios y a la santísima Virgen del Cisne por permitirme culminar con éxitos este largo camino como lo es la Carrera de Medicina, a mis Padres y mis hermas por brindarme todo su apoyo incondicional, en los buenos y malos momentos durante mi formación profesional, depositando en mi toda su confianza inculcándome cada día valores para ser una buena profesional y una buena persona. A mis familiares por estar cuando más los necesitaba.

A mis Docentes quienes compartieron sus conocimientos, demostrando paciencia y dedicación durante mi periodo de estudio e inculcaron valores que contribuyeron notablemente en mi formación.

Al Doctor Héctor Velepucha director de tesis por su colaboración generosa para el desarrollo de la misma.

A mis amigos con quienes compartimos este largo camino de estudios muy agradecido por esos buenos momentos, por el apoyo en los malos y por la grande amistad que llevamos.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE.....	vii
1. TÍTULO.....	1
2. RESUMEN	2
SUMMARY	3
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
4.1. Breve Historia del Facebook.....	8
4.1.1 Estructura y contenido	9
4.1.2 ¿Quiénes son los usuarios de Facebook?.....	12
4.2 Facebook como agente de socialización y su impacto en la realidad contemporánea ..	12
.....	12
5. El yo dentro del contexto social	14
6. Introducción de la influencia de los grupos de amigos en la construcción del yo	16
7. Los medios en el proceso de construcción de la identidad.....	17
8. El endogrupo de amigos y sus vínculos afectivos	18
9. Identidad Social	19
10. La influencia de la imagen dentro de la pantalla de Facebook	21
11. La imagen en el Facebook y el efecto halo	22
12. Adolescencia.....	25
12.1 Definición.....	25
12.2 Las líneas del desarrollo tienen lugar dentro de los tres periodos de la adolescencia: 25	
12.2.1 Adolescencia temprana (10-14 años)	25
12.2.2 Adolescencia media (14-18 años).....	26
12.2.3. Adolescencia tardía (18-28 años)	27
12.3 Características	27
5. METODOLOGÍA.....	29
6. RESULTADOS	31
TABLA NRO.1.....	31

GRÁFICO NRO.1.....	31
TABLA NRO.2.....	32
GRÁFICO NRO.2.....	32
TABLA NRO.3.....	33
GRÁFICO NRO.3.....	33
TABLA NRO.4.....	34
GRÁFICO NRO.4.....	34
TABLA NRO.5.....	35
GRÁFICO NRO.5.....	35
TABLA NRO.6.....	36
GRÁFICO NRO.6.....	36
7. DISCUSIÓN.....	38
8. CONCLUSIONES.....	42
9. RECOMENDACIONES.....	43
10. Bibliografía.....	44
11. ANEXOS.....	477
ANEXO N° 1.....	477
ANEXO N° 2.....	488
ANEXO N° 3.....	499
ANEXO N° 4.....	52

1. TÍTULO

“INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016”

2. RESUMEN

Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) y en ellas incorporadas las redes sociales como Facebook muy popular y de moda hoy en día, están provocando grandes cambios en los paradigmas mentales y en las prácticas de socialización, comunicación e interacción de todos los seres humanos, especialmente en los adolescentes, quienes se encuentran en continua permeabilidad y sensibilidad ante los medios de comunicación. Es por esto que en el presente trabajo se planteó: Analizar la influencia que ejerce esta red social en la percepción de los adolescentes, a partir de la interacción que se da en Facebook entre el usuario y los demás miembros que conforman su lista de contactos (amigos, familiares, conocidos), establecer la frecuencia y el número de horas diarias que los adolescentes del colegio Bernardo Valdivieso dedican a esta página social y determinar la posible sobrevaloración que se le atribuye a la imagen en relación al efecto halo. Por medio de un estudio de tipo descriptivo y transversal con enfoque cualitativo - cuantitativo, en donde se analizaron 400 estudiantes mediante la aplicación de encuestas. Se obtuvo los siguientes resultados: Los adolescentes tienden a comunicarse con mayor frecuencia con sus amigos representado un 69,50%, además las opiniones y comentarios de sus amigos influyen en las ideas de los adolescentes a la hora de emitir sus criterios sobre algún tema teniendo un intervalo de 35,5% a 36,5%, La mayoría de los adolescentes se conectan diariamente a esta red social representando un 91,75% y por más de una hora con un 55,5%, Asimismo se evidencia la presencia del efecto halo produciéndose en un 53,5% de los adolescentes. Concluyendo así que la red social Facebook ha influido en gran parte de los adolescentes en la construcción del yo.

Palabras claves:

Redes sociales, Facebook, Adolescentes, Influencia social

SUMMARY

The new technologies of information and communication (TIC) and on them the social nets as Facebook which nowadays is very popular and fashionable., Provoking big changes on mind paradigms and in socialization practices, communication and interaction of all the human beings, especially on adolescents who are keeping going in permissibility and sensibility before the communication media. For that reason it is posed: To analyze the influence of this social net on adolescents' perception, starting on the interaction given on the Facebook between the user and the other members who integrate the list of contacts (friends, relatives known people), to establish he frequency and the number of daily life on which the Adolescents of the Bernardo Valdivieso High school dedicate to this social page and determine the possible overvaluation which is given to the image in relation to the Halo effect. Through the study of a descriptive and transverse type with a qualitative- quantitative view, where were analyzed 400 students applying surveys. It was gotten the following results: The adolescents will communicate with more frequency with their friends, which is represented from the 35.5% to 36.5%. The most of the adolescents are daily connected to this social net, representing the 91.75% and more than one hour with the 55.5%. Moreover it is evidenced the presence of the halo effect I on 53.5%.

I can conclude by saying that the social net Facebook had influenced in much of the adolescents in the construction of the I.

Key words:

Social nets, Facebook, Adolescents, Social influence

3. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, con la globalización de los medios de comunicación se han creado nuevas formas de acción e interacción, como nuevas formas de relacionarse a partir de los computadores, internet y los celulares. La utilización de estos permite que los individuos actúen a distancia, en el espacio y en el tiempo, teniendo repercusión inmediata en otros lugares, y además, que las acciones sean observadas y comentadas.

Hoy, en la segunda década del siglo XXI y ante un nuevo tipo de sociedad evolucionada de la Modernidad, en la cual la tecnología domina a gran escala las maneras de construir la identidad, de interactuar, de relacionarse y de comunicarse.

Actualmente Facebook es una de las más importantes redes sociales, ya que es una de las más visitadas y se le considera un fenómeno social de escala mundial ya que incluye más de 400 millones de usuarios que inevitablemente van creciendo en número cada día.

Sea cual fuese la conclusión más cercana a la realidad, lo que no se puede negar es el creciente entusiasmo con que los jóvenes reciben y utilizan los espacios virtuales, (blogs, Facebook, etc.) los cuales les permiten ubicarse en un mundo cada vez más virtual además de volátil.

La importancia que le hemos dado a esta famosa red social ha provocado un cambio en nuestra manera de relacionarnos con la gente. Al igual que el cambio en la comunicación que logró el celular, el correo electrónico, e incluso el Messenger, Facebook ha influido en nuestro vocabulario, en nuestra forma de comunicarnos, pero sobretodo en la forma en la que nos relacionamos socialmente. Hemos transformado la forma de hacer amistades, hemos cambiado la manera de publicar nuestras relaciones, la forma de reunir a grupos de gente, y de compartir información personal con nuestros contactos.

En México, según datos del (INEGI, 2008), más del 50% de los usuarios del ordenador son jóvenes de preparatoria y licenciatura y el 93.4% de esos mismos usuarios lo usan con una frecuencia diaria a semanal y un 28.9% lo utiliza con fines de entretenimiento. Aun cuando el acceso de internet es bajo (13.5% de hogares) el grupo mayoritario de estos se encuentra entre los jóvenes de 12 a 24 años (53.4% del total), por lo que representa un grupo de estudio importante.

Según el informe de Business School (OBS, 2014), España cuenta con una población online de 23 millones de personas. El 73% de esta población (17 millones de usuarios) utilizan activamente las redes sociales, y únicamente el 8% dice no tener cuenta en ninguna red. Facebook se consolida como la red más utilizada en todos los segmentos de edad analizados, y sobre todo se destaca su utilización entre los usuarios de 16 y 24 años (el 54% la utilizan).

En el Ecuador de acuerdo a las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) hasta 2012 quienes más se conectaban a la red social Facebook eran los usuarios de 16 a 24 años que representan el 65% del total; seguido por el grupo de 5 a 15 años.

Otros datos importantes sobre el uso de las redes sociales en la población mayor de 12 años los detalla la Encuesta de Condiciones de Vida 2014. El estudio tiene cifras más amplias como por ejemplo que 4,9 millones de usuarios poseen una cuenta en Facebook y pasan en ellas, en promedio, 7,22 horas al día. El porcentaje de participación es mayor en el área urbana con el 81,9% frente 18,1% de participación del área rural.

Al trocarse el proceso de conocimiento del interlocutor, se facilita la posibilidad de diseñar, a plena conciencia, la imagen de sí mismo que el sujeto quiere proyectar. Las comunidades virtuales están diseñadas, precisamente, para permitir a sus usuarios la posibilidad de re-crearse, re-diseñarse y convertirse en versiones, quizás mejoradas, de sí

mismos. Desde esta perspectiva, resulta interesante ver la manera como al construir una representación, quizás ideal, el individuo está organizando su identidad basándose en características, reales o no, como si se tratase de un mensaje que va a ser decodificado; es decir, que el proceso de la creación de la identidad virtual es un proceso consciente y no formado con el paso del tiempo, la socialización y la experiencia.

Desde una perspectiva sociológica, ese proceso de re-formulación de la identidad del individuo en el ciberespacio se encuentra protegida por la carencia de elementos de constatación de veracidad de la información brindada. Es decir, que la publicación de la información de los usuarios se basa en el principio de la confianza; la carencia de regulaciones estrictas en ese sentido puede generar una especie de, que no existen barreras o limitaciones estrictas y determinadas, las cuales condicionan las acciones de los individuos. (Durkheim, 1987) .Así pues, resulta posible ser quien se desea ser; o mejor aún, ser conocido por lo que se desea que se identifique de sí mismos; por encima de categorías de clase, raza y género.

En el momento en que el sujeto usuario construye su perfil en una red social virtual, como el Facebook, la situación es similar a la de un lienzo en blanco en donde el sujeto-usuario puede crear el retrato de sí mismo que mejor le parezca, resaltando los elementos que quiere hacer evidentes y ocultando aquellos que no considera relevantes dentro del nuevo sujeto que está creando.

Así, el nuevo YO virtual que aparece y toma vida en las redes sociales virtuales es un reflejo idealizado, por decirlo de alguna manera, del YO no-virtual. Es importante recalcar que, tanto el sujeto virtual como el no-virtual se complementan y crecen juntos.

También es importante resaltar que en la ciudad de Loja, se pueden dar estos casos en adolescentes de los distintos colegios o instituciones, ya sea por falta de comunicación e

información por parte tanto de padres de familia como de profesores en general, motivo por el que se busca la solución a los mismos.

Por lo anteriormente citado se realiza este estudio que va enfocado a investigar la influencia de las redes sociales (Facebook) en la construcción social del yo en los adolescentes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja, ya que no existen estudios a nivel local que nos den datos de este problema que afecta a nuestra sociedad y teniendo en cuenta que el desarrollo de dichas comunidades virtuales es realmente reciente, el adelanto de trabajos exploratorios de investigación social, en ese sentido, apenas está en ciernes, por lo que resulta pertinente unirse a esos esfuerzos por entender y discernir las nuevas tendencias o formas de socialización, a través de estas redes sociales virtuales.

Se realizó un estudio de tipo descriptivo y transversal con enfoque cuantitativo - cualitativo, el área de estudio fue el colegio Bernardo Valdivieso, el universo lo integraron los adolescentes de 15 a 18 años de dicha institución y la muestra fue 400 estudiantes que cumplieron con los criterios de inclusión. Se los examinó aplicando varias encuestas (ver estructura en anexo) con la intención de dar cumplimiento a los siguientes objetivos: a) Analizar la influencia que ejerce esta red social en la percepción de los adolescentes del Colegio Bernardo Valdivieso, esto a partir de la interacción que se da en Facebook entre el usuario y los demás miembros que conforman su lista de contactos (amigos, familiares, conocidos), b) Establecer la frecuencia y el número de horas diarias que los adolescentes del colegio Bernardo Valdivieso dedican a esta página social, c) Determinar la posible sobrevaloración que se le atribuye a la imagen en relación al efecto halo.

El interés de este trabajo nació como una inquietud personal, al evidenciar la necesidad de mostrarse y hacerse visible que estaban experimentando los jóvenes lojanos en internet, a través de los usos y comportamientos que se daban en las redes sociales, específicamente en Facebook.

4. REVISIÓN DE LA LITERATURA

4.1. Breve Historia del Facebook

Facebook nació en el 2004 como un hobby de Mark Zuckerberg, en aquel momento estudiante de Harvard, y como un servicio para los estudiantes de su universidad. En su primer mes de funcionamiento Facebook contaba con la suscripción de más de la mitad de los estudiantes de Harvard, y se expandió luego a las universidades Instituto Tecnológico Massachusetts (MIT), Boston University y Boston College y las más prestigiosas instituciones de Estados Unidos.

Un año después, Facebook tenía más de un millón de usuarios. Ese mismo año incorporó, a los alumnos de más de 25 mil escuelas secundarias y dos mil universidades de estados unidos y el extranjero, logrando un total de 11 millones de usuarios.

En el 2006, Facebook introdujo más universidades extranjeras y desarrollo nuevos servicios en su plataforma, tales como Facebook Notes o la importación de blogs de servicios. Ese mismo año Facebook se hizo público permitiendo que todas las personas con una cuenta de correo electrónico pudieran formar parte de la comunidad.

En el 2008 lanzó su versión en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. La mayor cantidad de usuarios de Iberoamérica, proviene de Colombia, superando a países con mayor población como México, Brasil y Argentina.

En el 2009 - 2010 apareció el botón “me gusta” en los comentarios, se comenzó a mostrar resultados de búsqueda orientados al usuario, amigos en común etc. Facebook alcanza los 500 millones de usuarios, obteniendo su creador Mark Zuckerberg el premio a la persona del año por la revista Times, por haber conectado a 500 millones de personas.

En el 2011 – 2012 aparece la biografía, una nueva forma de mostrar el perfil en Facebook, se renuevan las aplicaciones móviles de Facebook para las diferentes plataformas, se añaden mejoras en los grupos y chat. También se añade la opción de regalos (gifs), se añade la opción para adjuntar archivos mediante dropbox, y Facebook compra Instagram, mejorando aún más su integración con las fotografías.

Sin duda una red social que sigue creciendo y que aún sigue ofreciendo innovaciones, gracias a toda la expansión que ha tenido a nivel mundial y sobre todo a la compra de nuevas aplicaciones que llegan a complementar aún más la red social. (Castrejón, 2012)

Ecuador según la página de estadísticas y mediciones de popularidad de las de las redes sociales en el mundo. Social bakers (2012) en el mes de mayo de 2012 se ubica en la posición 35 a nivel mundial con 4 millones y medio de usuarios.

En el Ecuador de acuerdo a las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) hasta 2012 quienes más se conectaban a la red social Facebook eran los usuarios de 16 a 24 años que representan el 65% del total; seguido por el grupo de 5 a 15 años.

Otros datos importantes sobre el uso de las redes sociales en la población mayor de 12 años los detalla la Encuesta de Condiciones de Vida 2014. El estudio tiene cifras más amplias como por ejemplo que 4,9 millones de usuarios poseen una cuenta en Facebook y pasan en ellas, en promedio, 7,22 horas al día. El porcentaje de participación es mayor en el área urbana con el 81,9% frente 18,1% de participación del área rural. (INEC,2015).

4.1.1 Estructura y contenido

Dentro de las características de esta red social uno de los elementos más importantes para analizar su estructura en cuanto a su inicio es la ventana de entrada conocida como muro o pared que según Renato Almeida nos indica que:

“ La pared es la parte social del perfil, que posibilita un espacio de interacción, donde se permite evidenciar enunciados de cualquier variedad y naturaleza escritos o “pegados”, con o sin comentarios escritos o “pegados” por el usuario o por un miembro de su audiencia (otros usuarios). La “pared” está compuesta de enunciados, comentarios, links, con marca de tiempo estructurado cronológicamente.” (Almeida, 2010)

Muro: el muro es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash, etc.

Actualmente Facebook ofrece una variedad de servicios a los usuarios y ofrece los que se mencionan a continuación:

- **Lista de amigos:** En ella, el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.
- **Chat:** Servicio de mensajería instantánea en dispositivos móviles y computadores a través de Facebook Messenger.
- **Grupos y páginas:** Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un enlace en cada grupo el cual se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas.

Botón «Me gusta»: Esta función aparece en la parte inferior de cada publicación hecha por el usuario o sus contactos (actualizaciones de estado, contenido compartido, etc), se caracteriza por un pequeño ícono en forma de una mano con el dedo pulgar hacia arriba. Permite valorar si el contenido es del agrado del usuario actual en la red social, del mismo modo se notifica a la persona que expuso ese tema originalmente si es del agrado de alguien más (alguno de sus contactos). Anteriormente iba a ser llamado "Me impresiona" pero los usuarios decidieron nombrarla "Me gusta", aunque también es llamado incorrectamente en español con el término "Like".

Aplicación Center: contendrá las mejores aplicaciones disponibles para la red social. Mostrará los hábitos de cada persona, las aplicaciones que estén más relacionadas con su actividad diaria. Se podrá ingresar a la tienda desde internet como dispositivos móviles. Cada aplicación tendrá una página con descripción, que incluirá imágenes y opiniones de usuarios.

- **Aplicaciones:** Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quien es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad, etc.
- **Juegos:** la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, juegos parecidos al Trivial Pursuit (por ejemplo geografía), o pruebas de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentran los juegos de Playfish, como Pet society, los juegos de Zynga Games como FarmVille y CityVille además los juegos de Digital Chocolate como Tower Bloxx. (Lorente, 2013)

4.1.2 ¿Quiénes son los usuarios de Facebook?

A raíz del uso de las redes sociales, cualquier persona que tenga acceso a un computador con conectividad a Internet, puede ser usuario potencial de esta red social.

En las redes sociales se puede poseer o preocuparse por adquirir características referentes a un famoso o una celebridad, tales como la importancia que los sujetos le otorga al cuidado de la imagen y a la reputación en todos los ámbitos, así como su estrecha relación con el registro y la publicación de sus fotografías en múltiples escenas de interacción social. Y asimismo como los músicos, modelos, actores y deportistas, obtienen fama como consecuencia de la aceptación, y a veces hasta rechazo, por parte de su público o fans, y aparecen en internet convirtiéndose en noticia; los usuarios de Facebook aumentan las posibilidades de ser comentados por otros usuarios de su red, ya sea por aprobación o desencanto de sus acciones o pensamientos, o por ser encontrados en la red de redes con solo escribir su nombre. Como primera medida, cualquiera que deje en sus opciones de privacidad, aceptar ser buscado en Google, aparecerá con solo escribir su nombre y dar un clic, lo que significa que cualquier persona podría dejar un rastro en la Web. Del mismo modo, los individuos pueden ser identificados potencialmente en plataformas de comunicación, en mayor medida por el número de “amigos” que tengan, o por la cantidad o calidad de actividades que realicen en estas.

4.2 Facebook como agente de socialización y su impacto en la realidad contemporánea

Para iniciar este capítulo primero comenzaremos por definir que es la socialización:

La socialización es el proceso por el cual aprendemos a ser miembros de la sociedad. Es decir, a través de la socialización aprendemos a ser miembros reconocidos de la sociedad en que hemos nacido. Y ser miembro reconocido, esto es, que los demás, me perciban como tal y que yo me identifique como parte de esa sociedad, implica, en lo esencial, la adopción de

una cultura común. La socialización tiene como resultado la interiorización de normas, costumbres, creencias y valores, gracias a los cuales el individuo puede relacionarse con los demás miembros de la sociedad. (Rojas, 2016)

Por lo que el acto de socializar conlleva a la adquisición de conocimientos que nos permite funcionar dentro de una sociedad, y en este caso este proceso de adquisición se facilita dentro de Facebook, porque se dispone de información de fácil acceso sobre lo que los demás juzgan como correcto e incorrecto al observar los comentarios como “aceptable” para relacionarnos con ellos.

La socialización dentro de este contexto es sumamente importante debido a que es uno de los factores que están presentes en la interacción del sujeto con sus amigos.

Habiendo expuesto cual es la función de la socialización podemos mencionar también, lo que son los agentes de socialización, que según Paéz, Fernández y Uerillos. Son:

“ Las personas e instituciones que se ocupan de que la interiorización de la estructura social se haga efectiva (...) Cada una de las personas con las que interaccionamos en nuestra vida cotidiana es una agente socializador, siempre y cuando posea la capacidad de influir en nuestro comportamiento en la dirección que el mismo marca y que normalmente coincide con la orientación aceptada socialmente (...) Tradicionalmente se han considerado como los principales agentes de socialización la familia, la escuela, el grupo de amigos, los medios de comunicación y actualmente tendríamos que añadir la influencia de las nuevas tecnologías como es el caso de internet.” (Paéz, Fernández, & Uerillos, 2006)

Según lo anteriormente indicado podemos apreciar los distintos tipos de grupos conocidos como agentes de socialización, entre los que se encuentra; el internet y que ejercen una influencia importante del yo, por lo tanto al considerar al internet como un elemento capaz de influenciar en el comportamiento de las personas, podemos ser más específicos y definir

también a la plataforma Facebook como un agente de socialización, por el motivo de que esta red nos permite comunicarnos con los demás y por ende ser influenciado por ellos.

Complementando lo expuesto inicialmente y analizando el rol de Facebook en nuestra realidad contemporánea podemos argumentar que básicamente se trata de una red social que ha causado una manera distinta de comunicarnos con el resto y las relaciones interpersonales entre un grupo de personas actualmente tienen otras vías de comunicación, además del contacto cara a cara y es a través de la imagen y el texto que los usuarios de la era del Facebook mantienen y reafirman su vínculo con los demás y sobre todo se encuentran pendientes de lo que están haciendo sus amigos en sus vidas, este vendría a ser componente principal por el cual muchos jóvenes y adultos utilizan esta herramienta, la comunicación mediada por computador, ha adquirido un rol sumamente importante en nuestras vidas, y el intercambio de mensajes, fotos y videos se ha convertido en un actividad cotidiana que ha pasado a formar parte de las actividades de muchas personas que tiene acceso a un computador e internet.

5. El yo dentro del contexto social

EL yo de la persona se desarrolla en relación con las reacciones de otras personas hacia ella, y que tiende a reaccionar consigo mismo de acuerdo con estas reacciones. Esto quiere decir que el sistema del yo no es meramente función de la manipulación que del entorno hacia una persona, sino función del modo en que una persona es tratada por las demás.

El yo no es connatural ni puede aparecer en el individuo aislado de sus compañeros. EL yo surge de la experiencia social de interactuar con otros. El yo posee una importante cualidad reflexiva: es a la vez sujeto y objeto. En la interacción, el hombre aprende a responder conforme los demás le responden. Llega a ser objeto para sí mismo cuando toma para sí las reacciones de otros hacia él. Adquiere el yo colocándose en «el pellejo de otros» y empleando

la perspectiva que de él tienen para considerarse él mismo. A esta capacidad del hombre para asumir las actitudes de los otros hacia él es a lo que alude Mead en su famosa frase «asumir el rol del otro». En esta opinión, los atributos distintivos del hombre surgen no tanto de la superioridad de su sistema nervioso en cuanto a tal (opinión, visión biológica), como del género de relaciones sociales que sostiene el hombre con otros de su especie. Una persona es un ser con yo, y ese yo surge a través de las relaciones sociales de ese ser. Lo resume Macmurray cuando escribe:

“La unidad de la existencia personal no es el individuo, sino dos personas en relación personal; y... somos personas no por derecho individual, sino en virtud de la relación recíproca. Lo personal está constituido por la conexión personal. La unidad de lo personal no es el «yo», sino el «tú y yo»”. (Macmurray, 1961).

La mayor aportación de Mead, en consecuencia, se apoya en su sugerencia de que el yo se desenvuelve solamente cuando una persona comienza a «asumir el papel del otro», cuando la persona toma para consigo misma las actitudes que otros toman hacia ella. Una de las formas importantes en que el niño aprende a hacer esto es en el juego. El juego, ya sea en solitario o con otros, con fantasía o con juguetes, desempeña la misma función. Consideremos el caso en que el niño juega a ser otra persona, uno de sus progenitores o un niño héroe. Con frecuencia, el niño desempeña dos roles en interacción, como el juego de «casa», en que el niño es la madre y el padre. En esas situaciones de juego o fantasía el niño explora las reacciones de otras personas entre sí y para con él, así como sus propias reacciones para con ellas. De este modo el niño aprende a verse desde la perspectiva de otros. La organización de las respuestas de otros forman parte esencial del proceso del desenvolvimiento del yo. (Hogg & Vaughan, 2010).

6. Introducción de la influencia de los grupos de amigos en la construcción del yo

Dentro de la constitución de los grupos la exposición de conceptos que la psicología ha abordado como disciplina experimental ha ido avanzando paulatinamente en cuanto a la comprensión de la influencia del contexto social en la estructura mental del sujeto, desde principios del siglo XIX han existido tesis que dan muestra de la existencia de una mente influenciada por la colectividad. Incluso Freud llegó a dar importancia a esta teoría en su obra *psicología de las masas y análisis del yo* que básicamente comprendía un análisis detallado de la obra de Lebon (2004), *psicología de las masas* que proponía la existencia de que una mente individual se perdía en la muchedumbre y carecía de responsabilidad personal en sus actos.

Esta propuesta de Lebon (2004), tiene mucha vigencia todavía en nuestros días, e incluso se la estudia dentro de las ciencias políticas para tener una mejor comprensión de la forma de actuar de la gente cuando se concentra en masa.

Este hombre masa también es mencionado por los filósofos españoles Ortega y Gasset en 1929 en su obra *la rebelión de las masas*, y trata de teorizar las características de su personalidad en función de comprender por qué este instinto gregario hace que la gente actúe en función de la fuerza y no de la razón, su concepto coincide en muchos aspectos en lo propuesto por Lebon, en general se puede notar la intolerancia hacia los grupos que no comparten sus mismas ideas y se dejan arrastrar por el juicio colectivo de los valores propios del endogrupo y la cultura general que regula la opinión popular.

Citando las palabras de Ortega y Gasset podríamos comprender el carácter de esta personalidad en la siguiente afirmación.

“Masa es todo aquel que no se valora a sí mismo, en bien o en mal por razones especiales, sino que se siente como todo el mundo y sin embargo, no se angustia, se siente a salvo al saberse idéntico a los demás”. (Otega y Gasset, 1996)

Por lo tanto el hombre masa se ve asumido en la presión que ejerce la influencia social y deja a un lado sus propias posturas para semejarse al resto. En este caso las minorías y el pensamiento individual vendrían a representar ese sector de la sociedad que propone ideas nuevas y es menos susceptible a dejarse influenciar por los valores, creencias y posturas de los demás.

Esta forma de influencia por parte de la colectividad podría estar cambiando su dinámica a medida que avanzan las nuevas tecnologías y en este caso Facebook se encuentra como un elemento importante dentro de este proceso de cambio.

7. Los medios en el proceso de construcción de la identidad

De la Torre (2007) afirma que: “el modo en que organizamos nuestras vidas, la forma en que nos vestimos, nuestras maneras de construir y modificar el entorno, los diversos trabajos que desempeñamos para ganarnos la vida, los valores y creencias, las maneras de relacionarnos con los otros, las narraciones sobre nuestras vidas e historias, por solo poner algunos ejemplos, están marcados por los procesos de identidad, tanto de las identidades individuales como de las colectivas”.

Para explicar la influencia e importancia de los medios de comunicación en el proceso de construcción del yo, y por lo tanto de la identidad, podemos partir de la perspectiva de: Thompson (1998) de que: “el yo es un proyecto simbólico que el individuo construye a partir de materiales simbólicos que encuentra disponibles, materiales con los que el individuo teje una explicación coherente de quién es él o ella, una narrativa propia de la identidad”. Y esta narrativa cambiará “en la medida de que los individuos utilicen nuevos materiales simbólicos,

tengan nuevas experiencias y gradualmente redefinan su identidad en el curso de la vida”. Thompson advierte que aunque se haga énfasis en el carácter activo y creativo del yo, no significa que el yo no pueda ser condicionado socialmente y apunta que “un tema central de la práctica de Bourdieu es que las disposiciones que dan forma a las maneras de actuar, percibir, etc., de los individuos están estructuradas por las condiciones sociales diferenciadas bajo las que fueron adquiridas”, así que acceder a tales materiales simbólicos determinados dependerá en gran medida de sus condiciones materiales de sus vidas.

Antes del desarrollo de los medios de comunicación, los materiales simbólicos se transmitían principalmente durante las relaciones o interacciones cara a cara y por lo tanto, la identidad de los individuos estaba ligada al contexto donde vivían y a los conocimientos locales que adquirían (de generación en generación y de forma oral con los otros). El individuo adquiría una identidad anteriormente determinada, de acuerdo con el oficio que desempeñaba y a su nacionalidad. Pero con el desarrollo de las sociedades modernas y los medios de comunicación, se crearon nuevas formas de acción e interacción y nuevos tipos de relaciones sociales, formas que son completamente diferentes del tipo de interacción cara a cara que han prevalecido a lo largo de la historia de la humanidad. También provocan una reordenación de las pautas de interacción humana a lo largo del espacio y del tiempo. Estas nuevas formas de interacción; son la interacción mediática y la interacción casi-mediática, que llegarían a complementar las funciones que anteriormente cumplían la interacción cara a cara en el proceso de formación del yo.

8. El endogrupo de amigos y sus vínculos afectivos

Tomando como referencia para la investigación la categoría amigos se utilizara la siguiente aclaración de Jiménez, que nos expone la influencia de los amigos de la siguiente manera:

“El grupo de iguales o amigos, es el agente socializador que se consolida durante la adolescencia y que tiene la capacidad de favorecer o no el proceso iniciado en la familia...Mientras que la influencia de las figuras adultas como los padres, los profesores, los entrenadores y demás decrece, la influencia de los amigos crece”. (Jiménez & Montil, 2006)

Dentro del contexto; endogrupo amigos comenzamos por precisar la dinámica que se da entre el individuo y el grupo, para que el sujeto se pueda desenvolver dentro de un círculo de amistades, debe desarrollar una pertinencia al grupo que le permita mantener un autoestima positiva y un nivel aceptable de confianza, estas condiciones desarrollan un puente de unión entre sus miembros que lo podemos caracterizar como vínculo que es precisamente el momento de fusión entre lo social con lo personal.

Según el psicoanalista (Caparrós, 1895) , es a través del vínculo que se enlaza lo general con lo particular, el individuo se encuentra en toda situación enmarcando con otro objeto social. Esta conexión se produce con un objeto real o ideal (pero siempre social) sin importar que el sujeto se encuentre aislado del grupo, siempre y cuando exista una relación emocional con otro.

9. Identidad Social

Otro concepto importante dentro de esta dialéctica - grupo es el de identidad, primero comenzamos por aclarar que esta definición abarca varias nociones pero esencialmente implica una relación dual entre un yo y un otro, entre lo interno y lo externo y se modifica dependiendo de la aceptación social de los otros.

Durante varios años Facebook ha ido cambiando la forma de mirarnos a nosotros mismos combinando lo real con lo virtual y permitiendo que los usuarios puedan construir su identidad de manera conveniente a partir de sus características socialmente aceptables por el resto.

En esta plataforma la identidad se construye a través del discurso y auto relato de las experiencias de la vida que quiere compartir su usuario, pero debemos tener en cuenta que el concepto de identidad no es compatible con el perfil en Facebook debido a que este último solo es una pequeña proyección del primero, y la representación del Yo en esta red construye una manifestación muy parcial de nuestros deseos, intenciones, ideas y necesidades.

Pero para comprender porque los usuarios buscan ser “agradables” ante el resto abordaremos la teoría de la identidad social que fue desarrollada por los psicólogos sociales (Tajfel, 1986) y (Turner, 1990). Esta categoría basa su supuesto en tres conceptos principales que según estos autores nos indica que:

A) Categorización: las personas tienden a categorizar objetos para entenderlos, de manera similar al ser humano categoriza a las personas para poder comprender nuestro entorno social. Dichas categorías pueden ser blanco, negro, australiano, cristiano, musulmán, estudiante, obrero, etc.....

Al categorizar a los individuos, uno mismo puede encontrar la categoría a la que pertenece; tomando actitudes propias de nuestra categoría.

B) Identificación: nosotros nos identificamos con grupos a los que creemos pertenecer. La identificación lleva consigo dos significados. Parte de quienes somos está regido por el grupo al que pertenecemos, algunas veces pensamos en “nosotros” y algunas otras como “yo”. De esta manera, a veces pensamos en nosotros como miembros de algún grupo y otras en nosotros como individuos únicos. Lo importante de tal afirmación es que al pensar en nosotros como miembros de un grupo se le define como identidad social. Al pensar en nosotros como individuos se le llama identidad personal.

C) Comparación: De alguna forma, nosotros nos vemos igual que los demás, es decir, tratamos a los miembros de nuestro grupo de manera similar. Como ejemplo ponemos el caso

de las guerras; los miembros del grupo opuesto se les consideran idénticos. Esta es la idea de la comparación social, idea que argumenta que para auto-evaluarnos nos comparamos con otros similares a nosotros. (Kelly M. Hannum ,2012).

10. La influencia de la imagen dentro de la pantalla de Facebook

Actualmente la imagen se ha convertido en una herramienta imprescindible para el registro y transmisión de todo tipo. Vivimos en una sociedad en la que la mayor parte de sus miembros se ha convertido en espectadores pasivos de su escenario, confundiendo muchas veces la imagen con la realidad misma. Dentro de Facebook no solo estamos inmersos en el lenguaje de la palabra sino también en el lenguaje de las imágenes que es el más representativo de la gran mayoría o de las masas.

Pero por que el lenguaje de las imágenes se identifica más con la gran mayoría? esto según el periodista Francisco Montero tiene su explicación en que la palabra escrita o hablada llega hasta cierto grado de conocimiento dependiendo del nivel de cultura o enseñanza de la persona, mientras que la imagen o fotografía es universal y más comprensible para todo público, además de que carece de la complejidad de sentidos de la palabra.

En cuanto a las imágenes que se manejan en Facebook cada uno es el encargado de la imagen que desea emitir y existe una amplia variedad de proyección de auto imágenes que dan cabida a un entorno simbólico visual, estas se construyen a partir de lo que el sujeto quiere mostrar como su YO ideal, algunas imágenes son meticulosas elaboradas, mientras que otras son simples, esto depende del usuario y de su criterio en cuanto a que es lo deseable o popular entre sus amigos, en definitiva modelamos nuestra apariencia para que los demás nos vean como esperamos ser vistos.

A esto hay que añadir que las imágenes se convierten en realidad dentro de la percepción del sujeto cuando son capaces de interactuar y generar sentimientos entre sí. Es decir cuando se produce interactividad.

Una vez escogida la imagen, nos hacemos a la idea de la interpretación que cada observador le puede atribuir a la misma y la emoción que queremos transmitir, bajo este supuesto si asociamos una imagen con un sentimiento existe un condicionamiento que altera la percepción del observador en Facebook, por lo que la imagen dentro del entorno virtual predomina sobre lo narrativo, y a la vez que suscita más emociones que la palabra.

11. La imagen en el Facebook y el efecto halo

El efecto halo es un fenómeno del pensamiento que consiste en generalizar una cualidad positiva o negativa en el resto de características de una persona. Según este efecto si observamos a una persona que posee un atributo que resalta sobre el resto como el atractivo físico, nuestro juicio tiende a generalizar esa cualidad y por lo general creemos que además de su atractivo físico esa persona es más inteligente, honesta o sincera de lo que realmente es.

El psicólogo conductista Edward L. Thorndike fue el primero en documentar este particular fenómeno en un estudio publicado en 1920 denominado: *El error constante de los ratings psicológicos* esta investigación constó con la participación de soldados del ejército estadounidense y generales de rango superior que tenían la tarea de calificar a sus subordinados en determinadas cualidades, estos sobrevaloraban una cualidad en particular como su apariencia física sobre otras características de su personalidad como el intelecto, liderazgo y cualidades personales. En donde observó que los oficiales atribuían características positivas a sus superiores una vez que habían descubierto una cualidad positiva. O por el contrario, atribuían características negativas cuando vieron una cualidad negativa. (Beatriz, 2014).

También los psicólogos educacionales Glen Foster y James Ysseldyke (1976) en su estudio *Expectativa del efecto Halo como resultado de un sesgo inducido artificialmente en el Maestro* encuentran el efecto halo en las evaluaciones de los maestros hacia los niños. A estos maestros de educación regular y especial de la escuela primaria se les mostraban videos de un niño normal que se les dijo que estaba emocionalmente perturbado o poseía un trastorno del aprendizaje, retraso mental, o simplemente era normal. A los maestros se les pidió llenar formularios de referencia basados en el comportamiento del niño. Los resultados mostraron que los profesores resaltaban las expectativas negativas hacia los niños con trastornos emocionales, y mantenían estas expectativas, incluso cuando se les decía que presenta un comportamiento normal. Además, bajo la etiqueta de retraso mental mostraron un mayor grado de polarización negativa que el emocionalmente perturbado o con problemas de aprendizaje.

Por lo que dentro de estas investigaciones nos demuestran que sesgamos nuestra percepción a partir de una característica que resalta sobre las demás.

El Dr. Don Hellrieger. Investigador de ambientes organizacionales e innovación organizacional nos aclara este efecto explicándonos sus características de la siguiente forma:

“El efecto halo se basa en evaluaciones generales de la persona... El halo ciega al perceptor, de modo que no puede ver los otros atributos que también debería evaluar para obtener una impresión completa y exacta de la otra persona... Un gerente podría destacar un rasgo y utilizarlo como base para juzgar todas las otras medidas del desempeño”. (Hellriegel, 2009)

Este efecto se da por lo general cuando no disponemos de la suficiente información para formarnos una impresión real de la gente, al no conocer como esa persona es en realidad, nuestra mente tiende a simplificar la información obtenida y por lo tanto asocia la cualidad

que apreciamos a simple vista con la impresión negativa o positiva que nos formamos del sujeto.

Una cualidad llamativa opaca al resto de atributos, por lo tanto si una persona se destaca en una actividad y se resalta determinado rasgo en la impresión general, esa cualidad se sobrestima y se da poca importancia al resto, para mejor comprensión podemos exponer el ejemplo de un atleta que se destaca por su habilidad en el deporte pero que carece de talento para expresarse ante los medios de comunicación, la población en general restará importancia a su falta de habilidades verbales para relatar su hazaña con anécdotas interesantes, pero en cambio darán más importancia al talento del deportista y a su logro obtenido, tal es así que muchos deportistas pueden ganarse la aceptación de la gente y luego ocupar cargos públicos basados en el voto y la apreciación de la población, por lo tanto en este caso la falta de preparación académica por parte del deportista se ve opacada en la percepción popular por el mérito obtenido en determinado deporte.

Después de haber mencionado esta aclaración, vamos a trasladar este concepto al campo de Facebook, en este medio la imagen que nos hacemos de la gente puede verse afectada en cuanto a la percepción de atribuir cualidades positivas o negativas (que no necesariamente posea esa persona) por el simple hecho de observar su foto de perfil o sus álbumes, en este caso la imagen como elemento visual puede estar afectando la impresión que nos hacemos de la gente.

Por lo tanto si la exposición de esta idea está en lo correcto podemos poner a consideración el argumento de que la pantalla a través de Facebook es una superficie que puede proyectar lo que creemos que somos o lo que superficialmente somos.

12. Adolescencia

12.1 Definición

Es un periodo del desarrollo biológico, psicológico, sexual y social inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad. Es un periodo vital entre la pubertad y la edad adulta, su rango de duración varía según las diferentes fuentes y opiniones médicas, científicas y psicológicas, generalmente se enmarca su inicio entre los 10 y 12 años, y su finalización a los 19 o 24. Anteriormente, la Organización Mundial de la Salud consideraba a adolescencia como el período comprendido entre los 10 y 19 años, comprendida dentro del período de la juventud entre los 10 y los 24 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, hasta los 19 años. A la adolescencia le sigue la juventud plena, desde los 20 hasta los 24 años. (UNICEF, 2011).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) 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 cada año. La OMS define la adolescencia como la etapa comprendida entre 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 apto. (Macaluso, 2012).

12.2 Las líneas del desarrollo tienen lugar dentro de los tres periodos de la adolescencia:

12.2.1 Adolescencia temprana (10-14 años)

Es la primera etapa de desarrollo del niño. Se caracteriza porque comienza a experimentar cambios físicos a una gran velocidad. En esta fase aparecen los caracteres sexuales secundarios. Los cambios psicológicos y sociales no tienen un gran desarrollo durante esta

fase, sino que son consecuencias o se derivan de los cambios físicos. El adolescente observa cómo su cuerpo se desarrolla y cambia, y esto provoca una gran curiosidad y una situación extraña para él. Las transformaciones acercan al adolescente a su grupo de amigos, que también experimentan los mismos cambios, por lo que existe una identificación grupal. Durante esta fase no se producen cambios psicológicos porque en lo que se refiere a los procesos cognitivos, el adolescente sigue pensando en concreto, no ha desarrollado la abstracción del pensamiento, no percibe las implicaciones futuras y se encuentra todavía muy lejos del pensamiento adulto. Los contactos con el otro sexo tienen un carácter exploratorio, también lejos del deseo sexual adulto.

12.2.2 Adolescencia media (14-18 años)

Al comienzo de esta fase, el adolescente ya ha finalizado casi por completo su maduración sexual: sus órganos sexuales están prácticamente desarrollados y ha adquirido el 95 por ciento de su estatura. A partir de este momento, los cambios físicos se ralentizan sobremanera, lo que le permite al adolescente fijar su imagen corporal y desarrollar más fácilmente una imagen de sí mismo. En esta fase adquieren vital importancia los cambios psicológicos y sociales.

Durante estos años desarrolla el pensamiento abstracto y la capacidad de percibir las implicaciones futuras, aunque en circunstancias conflictivas, como etapas de estrés, puede sufrir regresiones hacia el pensamiento concreto y ser incapaz de percibir estas implicaciones. La capacidad de percibir en abstracto provoca que el joven desarrolle también una cierta capacidad discursiva, además de identificarse con otras personas, grupos e ideologías. El adolescente también desarrolla y potencia una imagen de sí mismo, un rol que proyecta hacia los demás. La pertenencia a un grupo social y la necesidad de independencia respecto del

grupo familiar también son consecuencias directas de los cambios psicológicos y cognitivos durante esta etapa.

El narcisismo y la sensación de invulnerabilidad es otra de las consecuencias de los cambios psicológicos del adolescente. Proyecta su imagen hacia el resto del mundo con el objetivo de acaparar atención. La sensación de invulnerabilidad y de fortaleza hacen que el adolescente pueda ser más agresivo en ciertas circunstancias y puede acarrear comportamientos de riesgo, como el consumo de alcohol, tabaco y otras drogas.

El contacto con el otro sexo se incrementa, aunque no sólo responde a un deseo sexual creciente, sino también al narcisismo y la exploración de los propios límites del adolescente, que necesita poner a prueba el grado de atracción que posee.

12.2.3. Adolescencia tardía (18-28 años)

El desarrollo físico y sexual ha terminado. El adolescente ya es físicamente adulto y sus órganos sexuales están plenamente capacitados para la reproducción.

El pensamiento abstracto también se ha desarrollado en su totalidad y el joven puede pensar en abstracto sin dificultad y percibe perfectamente las implicaciones futuras de sus actos. El desarrollo del pensamiento es un factor individual que depende de las condiciones del entorno y de las propias capacidades de la persona.

A partir de este momento, el adolescente comienza a enfrentarse a las exigencias del mundo adulto, las necesidades de atención y de pertenencia a un grupo pierden importancia en pro del fomento de las relaciones individuales.

12.3 Características

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 debe considerarse un fenómeno biológico, cultural y social. Muchas culturas difieren respecto a

cuál es la edad en la que las personas llegan a ser adultas. En diversas regiones, el paso de la adolescencia a la edad adulta va unido a ceremonias y/o fiestas, como por ejemplo en el Benei Mitzvá, que se celebra a los 12 años para las niñas y 13 años para los niños (12 Años para los niños ortodoxos). Aunque no existe un consenso sobre la edad en la que termina la adolescencia, psicólogos como Erik Erikson consideran que la adolescencia abarca desde los doce o trece años hasta los veinte o veintiún años. Según Erik Erikson, este período de los 13 a los 21 años es la búsqueda de la identidad, define al individuo para toda su vida adulta quedando plenamente consolidada la personalidad a partir de los 21 años. Sin embargo, no puede generalizarse, ya que el final de la adolescencia depende del desarrollo psicológico, la edad exacta en que termina no es homogénea y dependerá de cada individuo (Cáceres, 2012)

5. METODOLOGÍA

TIPO DE ESTUDIO:

Se trató de un estudio de tipo descriptivo y transversal, con enfoque cuantitativo - cualitativo

ÁREA DE ESTUDIO:

La presente investigación se realizó en el Colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja

UNIVERSO:

El universo del estudio estuvo conformado por 960 adolescentes.

MUESTRA:

La muestra estuvo conformada por 400 adolescentes que cumplieron con los criterios de inclusión.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN:

- Adolescentes en las edades comprendidas de 15 a 18 años matriculados en el colegio Bernardo Valdivieso
- Estudiantes que firmaron el consentimiento informado.
- Estudiantes que voluntaria y anónimamente colaboraron con el llenado de la encuesta.

CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

- Estudiantes con edad fuera del rango establecido.
- Estudiantes que no estuvieron dispuestos a firmar el consentimiento informado de forma facultativa.
- Estudiantes que no desearon participar en el llenado del cuestionario

Técnicas y procedimientos:

En el presente trabajo de investigación se requirió la utilización de una encuesta, mediante la cual se recolectó todos los datos necesarios de los estudiantes considerados para este estudio, con el fin de poder alcanzar cada uno de los objetivos planteados.

Procedimiento:

1. Solicitud dirigida al Dr. Patricio Aguirre coordinador de la carrera de medicina humana.
2. Se entregó el proyecto de tesis al Dr. Héctor Velepucha docente asignado para otorgar la pertinencia.
3. Solicitud dirigida al Dr. Patricio Aguirre para la designación de él/la director(a) de tesis.
4. Entrega del proyecto de tesis con su respectiva solicitud adjunta al director de tesis, Dr. Héctor Velepucha para asesoría.
5. Autorización de las autoridades del colegio mediante oficio. (Anexo 1)
6. Firma del consentimiento informado (Anexo 2)
7. Aplicación de la encuesta a los adolescentes del Colegio Bernardo Valdivieso (Anexo 3)

Plan de análisis:

Tabulación de los datos obtenidos.

Presentación, análisis e interpretación de datos mediante cuadros estadísticos.

Al final se determinó la discusión, conclusiones y recomendaciones.

6. RESULTADOS

Objetivo 1: Analizar la influencia que ejerce esta red social en la percepción de los adolescentes del colegio Bernardo Valdivieso, esto a partir de la interacción que se da en Facebook entre el usuario y los demás miembros que conforman su lista de contactos (amigos, familiares, conocidos).

TABLA NRO.1

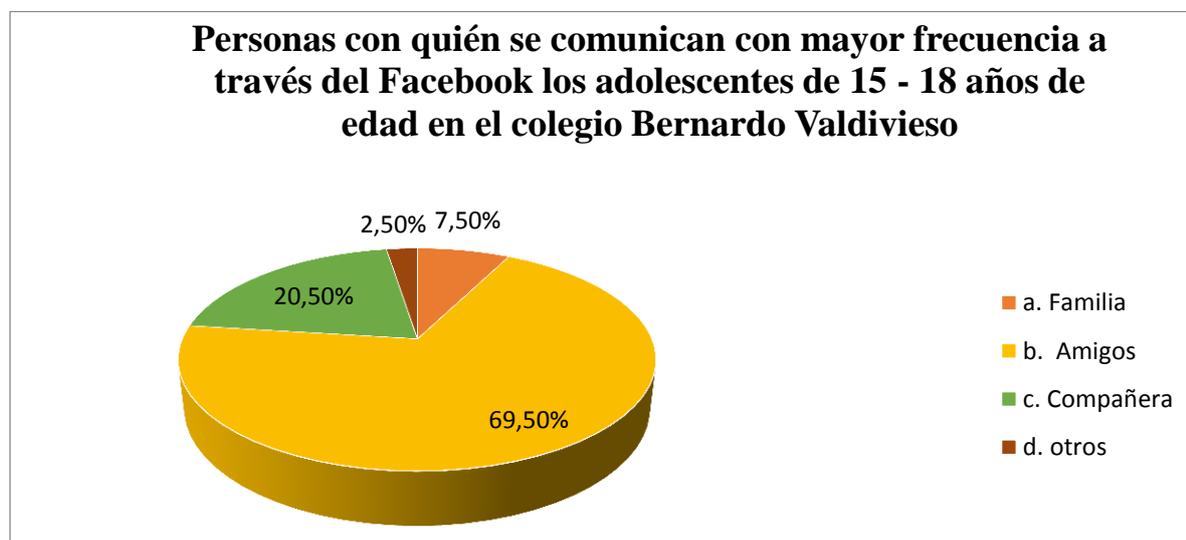
Personas con quién se comunican con mayor frecuencia a través del Facebook los adolescentes de 15 - 18 años de edad en el colegio Bernardo Valdivieso

Personas con quién se comunica con mayor frecuencia a través del Facebook	Frecuencia	Porcentaje
Familia	30	7,5%
Amigos	278	69,5%
Compañeros	82	20,5%
Otros	10	2,5%
TOTAL	400	100%

Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

GRÁFICO NRO. 1



Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Descripción: Del total de los adolescentes estudiados que fueron 400 se encontró una marcada tendencia a comunicarse con sus amigos representando un 69,50% que corresponde a 278 encuestados.

TABLA NRO.2

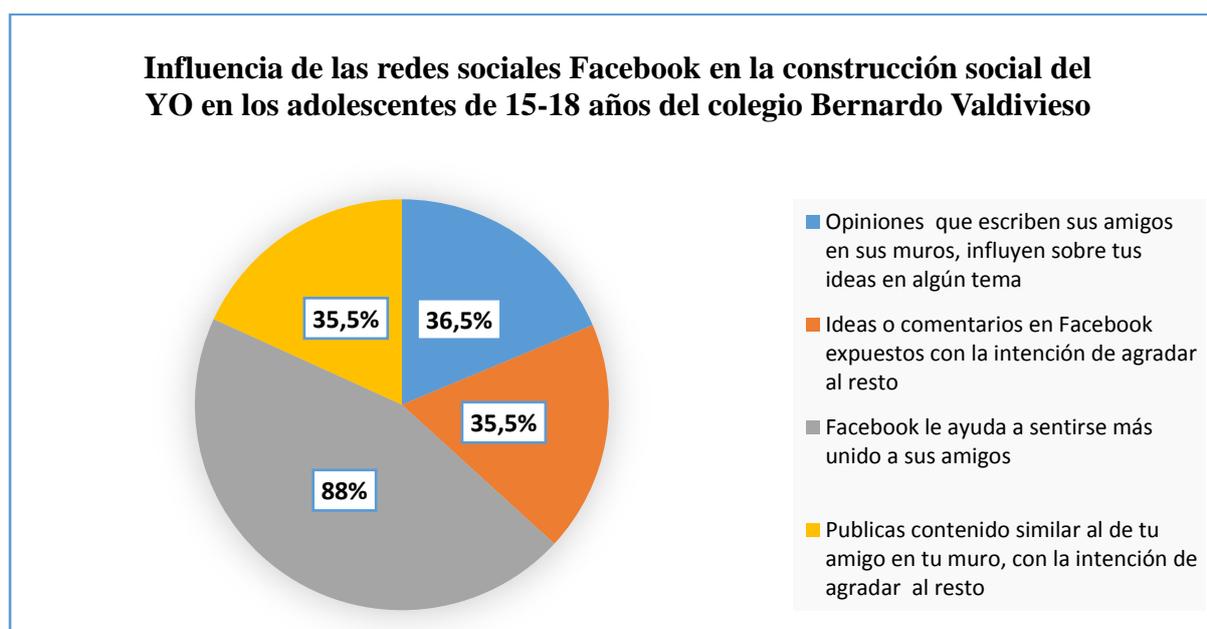
Influencia de las redes sociales Facebook en la construcción social del YO en los adolescentes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Factores influyentes	YO			
	SI		NO	
	F	%	F	%
Las opiniones que escriben sus amigos en sus muros, influyen sobre tus ideas en algún tema	146	36,50%	254	63,50%
Ideas o comentarios en Facebook expuestos con la intención de agradar al resto	142	35,50%	258	64,50%
Facebook le ayuda a sentirse más unido a sus amigos	352	88%	48	12%
Publicas contenido similar al de tu amigo en tu muro, con la intención de agradar al resto	142	35,50%	258	64,50%

Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

GRÁFICO NRO.2



Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Descripción: Del total de los adolescentes estudiados se encontró que el 88% de los encuestados manifiestan que esta red social les ayuda a sentirse más unido a sus amigos, además existe un rango del 35,5% a 36,5% en donde los encuestados responden que están dispuestos a dejar de lado sus opiniones, sus criterios y manera de pensar con el propósito de agradar a sus contactos que conforman su grupo de amigos y ser aceptados socialmente.

Objetivo 2: Establecer la frecuencia y el número de horas diarias que los adolescentes del colegio Bernardo Valdivieso dedican a esta página social.

TABLA NRO.3

Frecuencia de entrada a Facebook en los adolescentes de 15 - 18 años del Colegio Bernardo Valdivieso

Frecuencia de entrada al Facebook	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	367	91,75%
2-3 veces a la semana	18	4,5%
1 vez a la semana	12	3%
Cada 15 días	3	0,75%
Una vez al mes	0	0%
TOTAL	400	100%

Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los adolescentes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

GRÁFICO NRO. 3



Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Descripción: Del total de adolescentes encuestados que fueron 400 se encontró que el 91,75% entran diariamente a esta red social Facebook. Sin embargo solo el 0,75% de los adolescentes entran cada 15 días a esta red social.

TABLA NRO. 4

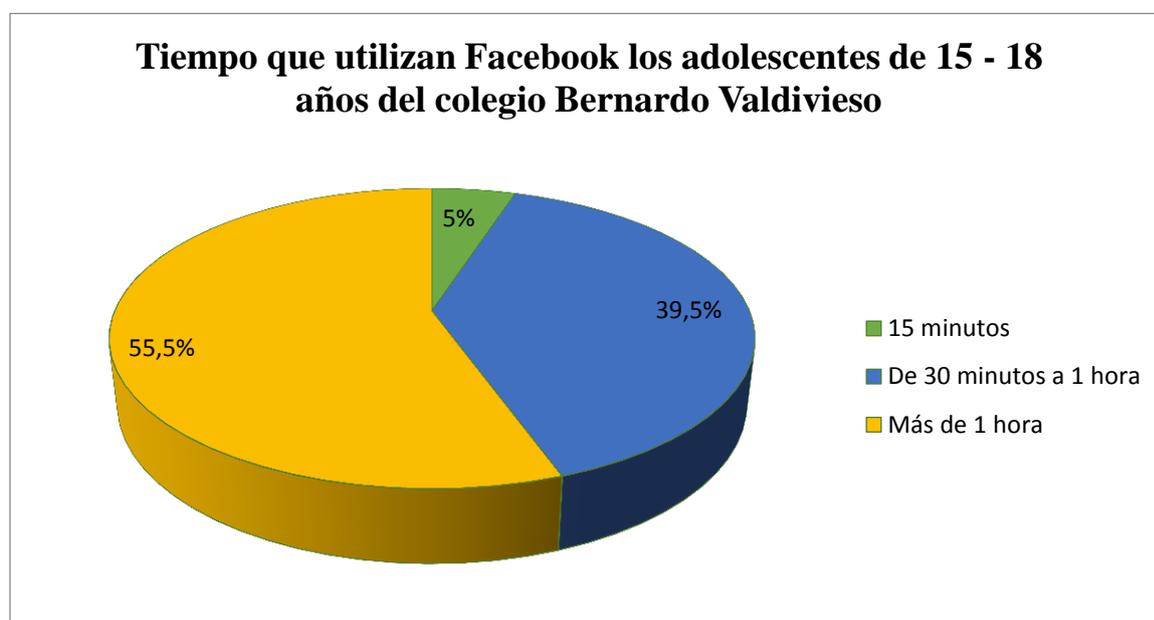
Tiempo que utilizan Facebook los adolescentes de 15 - 18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Tiempo que utilizan Facebook	Frecuencia	Porcentaje
15 minutos	20	5%
De 30 minutos a 1 hora	158	39,5%
Más de 1 hora	222	55,5%
TOTAL	400	100%

Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

GRÁFICO NRO. 4



Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Descripción: Del total de los adolescentes estudiados que fueron 400 se encontró una marcada tendencia de 222 adolescentes que se conectan a esta red social mas de una hora correspondiendo al 55,5%, y solo 20 adolescentes se conectan por el lapso de 15 minutos representado por el 5%.

Objetivo 3: Determinar la posible sobrevaloración que se le atribuye a la imagen en relación al efecto halo.

TABLA NRO. 5

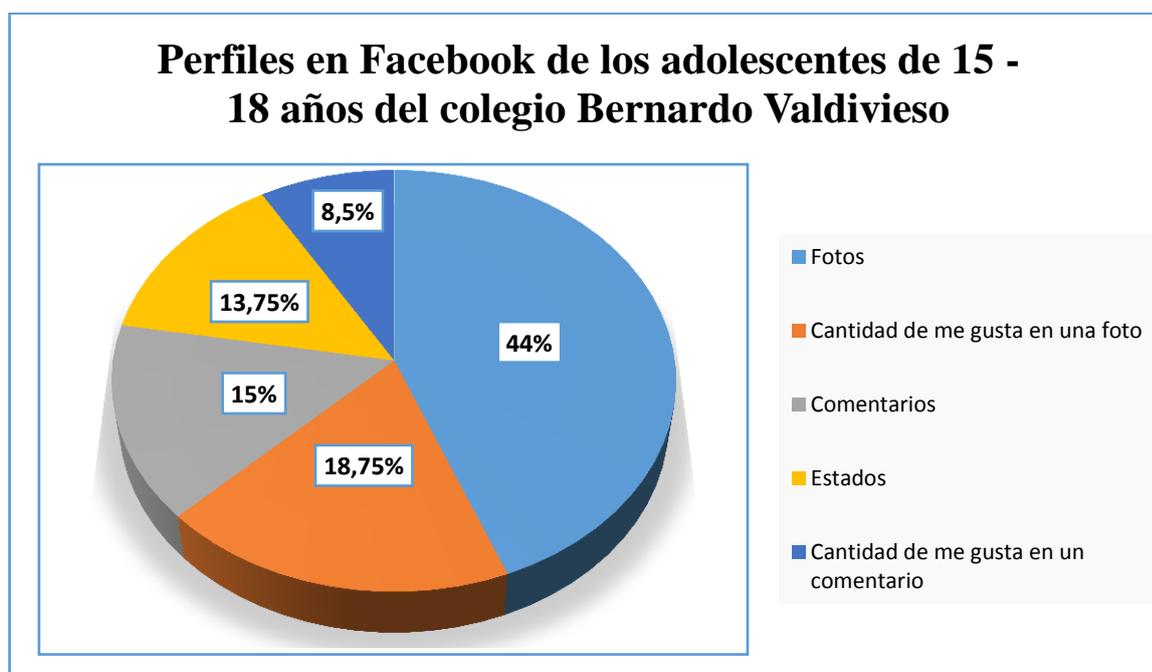
Perfiles en Facebook de los adolescentes de 15 - 18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Que le llama más la atención en el perfil de tus amigos o conocidos	F	%
Fotos	176	44%
Cantidad de me gusta en una foto	75	15%
Comentarios	60	18,75%
Estados	55	13,75%
Cantidad de me gusta en un comentario	34	8,50%
TOTAL	400	100%

Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

GRÁFICO NRO. 5



Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Descripción: Del total de los adolescentes estudiados se encontró que le dan mayor importancia a la publicación de fotos teniendo un porcentaje del 44%, sin embargo toman menor importancia a la función “me gusta” en los comentarios con un 8,5%.

TABLA NRO. 6

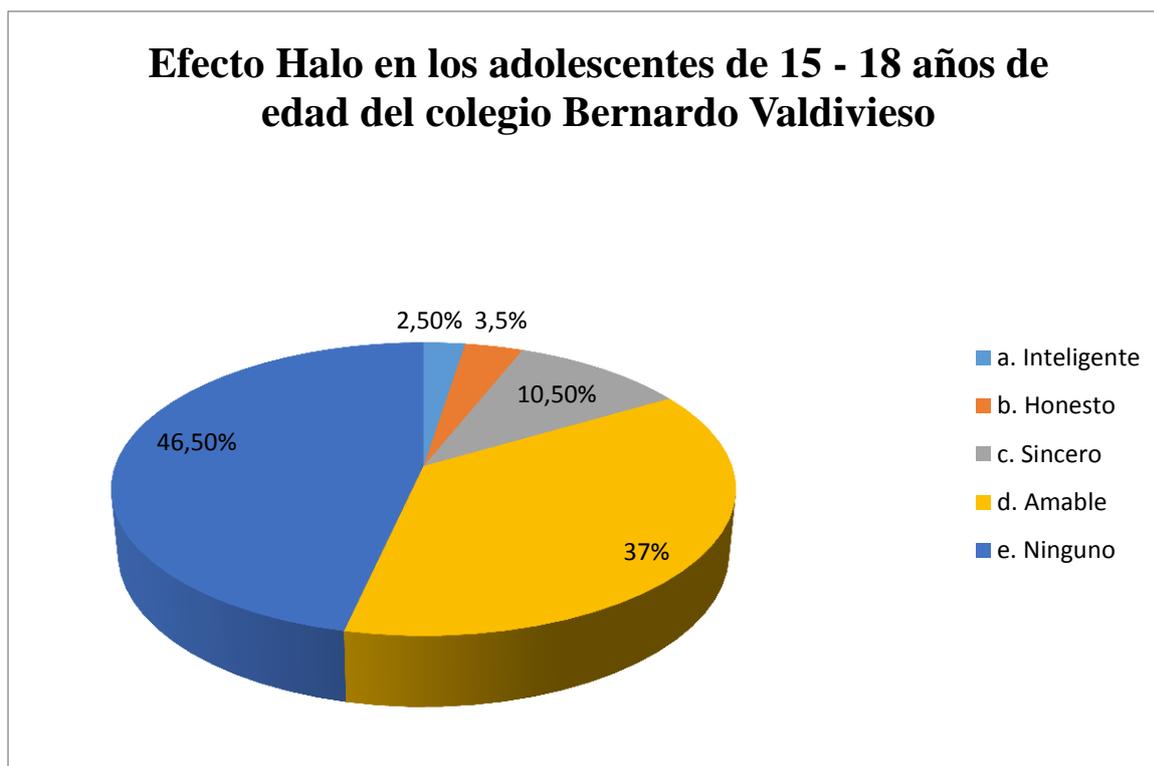
Efecto Halo en los adolescentes de 15 - 18 años de edad del colegio Bernardo Valdivieso

Dentro de la red de Facebook, si Uds. Observa la foto de una persona que es atractiva físicamente pero la conoce muy poco o no la conoce, considera usted que esta persona además de su atractivo físico puede tener las siguientes características.	Frecuencia	Porcentaje
a. Inteligente	10	2,50%
b. Honesto	14	3,50%
c. Sincero	42	10,50%
d. Amable	148	37,00%
e. Ninguno	186	46,50%
TOTAL	400	100%

Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

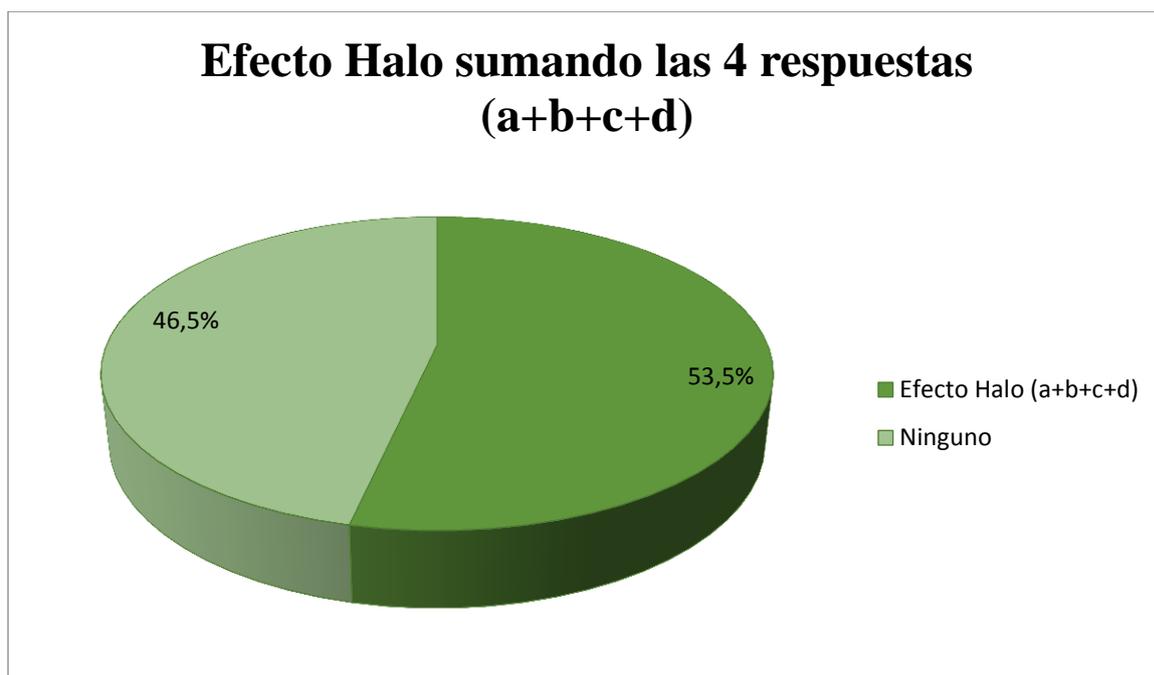
GRÁFICO NRO. 6



Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

GRÁFICO NRO. 6



Elaborado por: Adriana Elizabeth Armijos Gordillo

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso

Descripción: Del total de adolescentes estudiados que fueron los 400, se encontró el dominio del efecto Halo en el total de la población, para la obtención de la información se procedió a sumar los cuatro ítems (a+b+c+d) y teniendo un total de 214 entrevistados que colocan alguna característica positiva de la personalidad de algún individuo solo con ver la foto de su perfil constituyendo un 53,5%, por lo que se puede constatar y observar el efecto Halo en este grupo de adolescentes.

7. DISCUSIÓN

El adolescente en el contexto de las nuevas tecnologías se encuentra frente a herramientas comunicacionales que facilitan la interacción con los vínculos, como la red social Facebook. Desde este espacio interactúa, crea su perfil personalizado, intercambia información, comparte fotos, videos, envía mensajes, chatea. En base a las diferentes investigaciones se comprueba el notorio uso que los adolescentes le dan a esta red social Facebook.

En esta etapa de desarrollo evolutivo en el adolescente prima la búsqueda de su identidad, duelo y aceptación de alejamiento de los objetos primarios (padre-madre); enamoramiento y acercamiento a nuevos objetos de amor, extra-familiares. Facebook permite que el adolescente o nativo digital, se comuniquen, establezca nuevos vínculos, explore y construya su identidad.

De acuerdo con los datos obtenidos en la presente investigación se encontró una marcada tendencia a comunicarse con sus amigos, representando un 69,5% siendo los familiares y compañeros elementos secundarios para motivación y uso de esta red social, además se encontró un rango de 35,5% a 36,5% en relación a dejarse influenciar por las opiniones y comentarios de sus amigos a la hora de emitir sus criterios sobre algún tema, por lo que podemos apreciar que los adolescentes buscan tener como referencia las ideas y posturas de otro usuario que conforman su grupo de amigos para adaptarlas a su propia manera de ser y por lo tanto estar dentro de la categoría del concepto de influencia social. Datos que se relacionan con una investigación realizada en la universidad Nacional de Chimborazo en Ecuador titulado “Influencia de las redes sociales (Facebook) en la construcción social del yo en estudiantes universitarios de 18 - 21 años”, estudio realizado con estudiantes de la facultad de ciencias de la salud escuela de tecnología médica de la universidad nacional de Chimborazo periodo 2012”, en donde se encontró que en los 90 encuestados existe una relativa influencia del grupo de amigos a través de esta red social en la percepción del sujeto,

ya que estos estudiantes se comunican con sus amigos con mayor frecuencia, en un 72,4%, además existe un rango entre el 26% y 45,5% en donde los encuestados responden que están dispuestos a dejar de lado sus opiniones, sus criterios y manera de pensar con el propósito de agradar a sus contactos que conforman su grupo de amigos y de esta manera ser aceptados socialmente.

Resultados que concuerdan con las investigaciones realizadas tanto por (Dillon, 2013) y (Moreno, 2013) quienes aportan que los adolescentes que más uso le dan a la red con el fin de destacarse son los que logran mayor “fama” o dicho de otra manera mayor aceptación entre sus contactos. Fama entendida por Moreno (2013) desde la construcción de una imagen de sí mismo, la cantidad de “me gusta” y la constante actualización del perfil en la red.

Además según las encuestas realizadas en el presente trabajo podemos constatar que Facebook es visto como una herramienta que efectivamente ayuda a mantener el vínculo con el endogrupo a la vez que crea la sensación de unidad entre los miembros del grupo, esta red social facilita la interacción a través de mensajes e imágenes por lo que su influencia es relativamente importante dentro de esta población, el 88% de los encuestados efectivamente indica que esta vía de comunicación les ayuda a mantenerse más unidos con sus amigos por lo que se corrobora que la mayoría de la población utiliza Facebook con el fin de enterarse de lo que sucede en la vida de sus amigos.

De acuerdo con los datos obtenidos en la presente investigación en donde, señalan que un gran porcentaje de estudiantes como es el 91,75% se conectan diariamente y por más de 1 hora en un 55,5% a esta red social, lo que significa que para la mayoría, esta red social hace parte de su cotidianidad, de su rutina. Datos que se relacionan con un estudio realizado en la Pontificia universidad Javeriana de Bogotá (2010) titulada “construcción de la identidad digital de los estudiantes Javerianos en Facebook”, con una muestra de 75 encuestados, en donde el 85,33% de los estudiantes utilizan diariamente esta red social.

El individuo organiza su itinerario y planifica experiencias mediáticas como el noticiero, la novela, la radio, Facebook, hasta convertirlas en una rutina, lo que las lleva a estar aún más cerca al proceso de formación del yo. “Si entendemos el yo como proyecto simbólico que se formula y reformula en el transcurso de la vida, sabemos que existe un conjunto de prioridades, y con base en esto, el yo se orienta hacia determinadas experiencias que se estructuran dependiendo de su relevancia con el proyecto” (Thompson, 1998).

En la presente investigación, además se evidencia la presencia del efecto halo, produciéndose en más de la mitad de los adolescentes a quienes se les realizó la encuesta, constituyendo un 53,5% por lo que el sesgo cognitivo en juzgar a una persona por su atractivo físico y apariencia física es un fenómeno palpable que nos arroja algunas luces en cuanto a la función e interpretación que las fotos suscitan en los usuarios dentro de esta red social, esto sumando la importancia que les dan a las fotos en un 44%, por lo que las fotos y la imagen que muestra en su perfil de Facebook es uno de los factores principales que motivan al uso de esta red.

Facebook permite a los adolescentes compartir fotos, videos, frases, música que serán aprobados o no por el resto del colectivo. Es una forma de construir una imagen ante los demás que les permite integrarse al grupo de pares y conocerse a sí mismo. La investigación de Martínez, A. A., Fonseca, Ó., y Esparcia, A. C. (2013) además muestra la competitividad que adquiere en algunas ocasiones la subida de fotos, en imágenes pensadas y diseñadas, en esa búsqueda de aceptación por parte del resto.

A través del desarrollo de esta investigación se ha expuesto cómo la construcción de nuestra identidad, tanto en el mundo real como en el virtual, dependen de agentes sociales, culturales, físicos, psicológicos, etc. Pero, además, podemos entender que la identidad social no es más que un resultado adaptativo del individuo a las nuevas circunstancias y a la naturaleza del contexto de la red, las redes sociales, las comunidades virtuales marcan sus

propios protocolos. Hasta aquí, sin problema. No obstante, cuando el debate se lleva al terreno de los comportamientos (y en extensiva al de los valores que los sustentan) la cosa no está tan clara, al menos desde mi perspectiva. En la red podemos cambiarnos de nombre, de edad, de color de piel o de apariencia, adoptando tales identidades que, sólo afectan al individuo.

El presente trabajo nos deja con inquietudes y con la posibilidad de realizar futuras investigaciones. ¿Será que hoy en día los adolescentes construimos nuestra identidad de manera incorrecta? ¿O acaso es válida cualquier manera de desarrollar la identidad personal? ¿Estamos más propensos en la actualidad a la pérdida o crisis de identidad? Todos estos son interrogantes que la nueva sociedad nos plantea y que deberíamos comenzar a responder en nuestro futuro cercano.

8. CONCLUSIONES

Se concluye de la siguiente manera:

- ✓ Los adolescentes tienden a comunicarse con mayor frecuencia a través de Facebook con sus amigos, siendo sus familiares y compañeros elementos secundarios para motivación y uso de esta red. Las opiniones y comentarios de sus amigos influyen en las ideas de los adolescentes a la hora de emitir sus criterios sobre algún tema, demostrando así que la influencia social por parte del grupo está presente en una considerable parte de la población.

- ✓ Los adolescentes usan diariamente y por más de una hora esta red social.

- ✓ A los adolescentes les llama la atención en el perfil de sus amigos las fotos, sobrevalorando la imagen y añadiendo características de personalidad, constituyendo así el efecto Halo en más de la mitad de los estudiantes.

9. RECOMENDACIONES

- ✓ Como recomendación para futuras investigaciones que quisieran adentrarse dentro del mundo de las redes sociales se podría trabajar en la manera de cómo se percibe la influencia social y la intención de agradar al resto haciendo una distinción entre hombres y mujeres.
- ✓ Indagar en futuras investigaciones sobre el efecto halo en la construcción de la imagen en Facebook ampliando el tema al campo del prejuicio e indagar más a fondo como las imágenes influyen en la percepción que tenemos de la gente y como su influencia es sobrevalorada en la mayor parte de los casos.
- ✓ Son necesarios más estudios sobre las repercusiones de las redes sociales en los jóvenes para poder afirmar con seguridad de qué manera nos están afectando, pues el internet juega un papel sumamente importante en nuestras vidas, especialmente las redes sociales que han cambiado el panorama y la perspectiva de cómo se establecen las relaciones interpersonales.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, R. (2010). *El laberinto teatral de espejos digitales: la presentación de mexicano-americanos en Facebook*. Mexico: Tesis de maestría. Mexico, D.F, Mexico: Flacso editorial.
- Beatriz, P. (29 de Enero de 2014). *SPICOBSM, La primera impresión es lo que cuenta según el efecto halo*. Obtenido de <http://psicobsm.com/2014/01/29/la-primera-impresion-es-la-que-cuenta-segun-el-efecto-halo/>
- Brim. (1969). Socialization through the life cycle. En Goslin, D. Handbook of socialization. En O. Brim, *Socialization Theory and research*. Chicago, Estados Unidos: Rand Macnally and co.
- Cáceres, S. I. (2012). Pubertad, Fisiología y Anatomía. 46-76.
- Caparrós, N. (1895). Sobre la construcción de la personalidad. *Anthopos: revista de documentación científica de la cultura*, Editorial Nicolas Caparrós 51, 3-4.
- Castrejón, E. (4 de Noviembre de 2012). *Historia de Facebook*. Obtenido de: <https://webadictos.com/2012/11/04/breve-historia-de-facebook/>
- Dillon, A. (2013). *Los vínculos y la conversación: miradas de adolescentes argentinos sobre Facebook*. *Global Media Journal*. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/pdf/687/68726424003.pdf>
- Durkheim, E. (1987). *La división social del trabajo*. Madrid. Akal.
- Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (UNICEF 2011). *ADOLESCENCIA*. NUEVA YORK: UNICEF NY. Obtenido de: https://www.unicef.org/honduras/Estado_mundial_infancia_2011.pdf

- García, K. (2012). *Construcción de la identidad Digital de los estudiantes Javerianos en Facebook*. Bogotá D. C. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis394.pdf>
- Hannum, K. M. (2012). *Identidad social: Conocer a uno mismo para liderar a los demás*. Estados Unidos de América, pag. 7-8
- Hellriegel, d. (2009). *Comportamiento organizacional*. (12A. Ed). México, D.F., México: Cengage Learning editores.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (15 de Abril de 2015). *Facebook es la red social más utilizada en el Ecuador y no tiene competencia*.
- Jiménez, A, & Montil, M. (2006). *En f. y. Determinantes de la práctica de la actividad física: bases*. Madrid, España: Editorial Dykinson.
- Lastra M, Milton E. (2012). *Influencia de las redes sociales (Facebook) en la construcción social de yo en estudiantes universitarios de 18-21 años. Estudio realizado con estudiantes de la facultad de ciencias de la salud escuela de tecnología médica de la Universidad Nacional*. Ecuador, Quito. Disponible en : <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1718>
- Medicina, Salud y Bienestar. (2016). *Unidad editorial de revistas, S.L.U.* Obtenido de: <http://www.dmedicina.com/familia-y-embarazo/adolescencia/diccionario-de-adolescencia/etapas-adolescencia.html>
- Lorente, P. (15 de Mayo de 2013). *Los servicios que ofrece Facebook*. Obtenido de: <http://totalainformacionsobrefacebook.blogspot.com/2013/05/los-servicios-que-ofrece-facebook.html>
- Macaluso, P. (2012). *Adolescencia, Un paso Más. Revista de Pediatría y Hebeatría*, 67-83.

- Michael, H., & Grahan, V. (2010). Psicología social. *Yo dentro del contexto social* (págs. 111-116). Madrid, España: Editorial Médica panamericana S.A.
- Moreno, F. (2013). "Remember my name". Fama y construcción de la popularidad en adolescentes usuarios de Facebook. *Cuadernos de H Ideas*, 7.
- Otega y Gasset, j. (1996). En *La rebelión de las masas* (pág. 56). Santiago de Chile: Editorial Andres Bello.
- Paéz, D., Fernández, I., & Uerillos, S. (2006). En *Psicología social, cultura y educación*. Madrid, España: Pretince Hall.
- Rojas, S. (2016). *Conducta Humana*. Obtenido de: <http://www.conductahumana.com/articulos/ciencias-del-comportamiento/proceso-de-socializacion/>
- Socialización (2016). *Concepto de Socialización*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2016, de <http://conceptodefinicion.de/socializacion/>
- Tajifel, H. (1986). En *The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour 2nd Edition*. Chicago, Estados Unidos: Nelson-Hall.
- Thompson, J. (1998). En *Los medios y la modernidad, una teoría de los medios de comunicación*. Madrid, Paidós.
- Turner, J. (1990). En *Redescubrir el Grupo Social: Una Teoría de categorización del Yo*. Madrid, España: Ediciones Morata.

11. ANEXOS**ANEXO N° 1**

Loja 28 de septiembre del 2015

Lic. Mario Orellana**INSPECTOR GENERAL DE LA UNIDAD EDUCATIVA DEL MILENIO
BERNARDO VALDIVIESO**

Ciudad.

De mis consideraciones

Yo Adriana Elizabeth Armijos Gordillo con **CI. 1105642027** Alumna de Decimo módulo de la carrera de medicina de la Universidad Nacional de Loja, por medio de la presente, me permito llegar a usted, con la finalidad de que me conceda de la manera más respetuosa permiso para poder aplicar mi proyecto de tesis titulado: **"INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016"**.

Agradeciéndole de antemano su apoyo a la formación de profesionales con características humanísticas e investigativa, que permitan el reconocimiento de su contexto, de las problemáticas sociales que nos aquejan y nos hacen unir institucionalmente en pro de buscar resultados que permitan plantear soluciones y sean usadas como herramientas para administrar en beneficio de la institución.

Atentamente.

**Adriana Elizabeth Armijos Gordillo****CI: 1105642027**

ANEXO N° 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA SALUD HUMANA

CARRERA DE MEDICINA HUMANA

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Loja,.....de 2015

Estimado Estudiante, por medio de la presente con el fin de cumplir con los objetivos planteados en el trabajo investigativo **“INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016”**, solicito de la manera más comedida se digne a otorgar la respectiva autorización, que representa su libre participación en dicho proyecto.

Ya contando con la debida autorización por parte del Rector y por su valiosa colaboración le antelo mi más sincero agradecimiento.

En forma libre y voluntaria yo..... con la cédula de ciudadanía N°..... otorgo la respectiva autorización, para participar en su proyecto investigativo.

.....

FIRMA DEL ESTUDIANTE

ANEXO NRO.3

INSTRUMENTOS Y METODOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Formulario N° _____



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA DE LA SALUD HUMANA CARRERA DE MEDICINA HUMANA

La siguiente encuesta consta de 12 preguntas y está diseñada para el proyecto de tesis “INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016”

Para el procesamiento de la información se garantiza su total anonimato

Edad:.....

Sexo:.....

1. Conque frecuencia entre al Facebook

11.1.1. Diariamente ()

11.1.2. 2-3 veces a la semana ()

11.1.3. 1 vez a la semana ()

11.1.4. Cada 15 días ()

11.1.5. Una vez al mes ()

2. Aproximadamente ¿Cuánto tiempo permanece en Facebook en cada entrada?

a. 15 minutos ()

b. 30 minutos a 1 hora()

c. Más de 1 hora()

3. Indique con cual personas se comunica más a través del Facebook

a. Familia ()

b. Amigos ()

c. Compañeros ()

d. Otros especifique:

4. Que le llama más la atención en el perfil de tus amigos o conocidos (califique del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos importante)

a. Comentarios ()

- b. Estados ()
 - c. Fotos ()
 - d. Cantidad de me gusta en un comentario ()
 - e. Cantidad de me gusta en una Foto ()
- 5. Considera usted que las opciones que escriben sus amigos en sus muros influyen en tus ideas sobre algún tema**
- a. SI ()
 - b. NO ()
- 6. Has expresado Ideas o comentarios en Facebook con la intención de agradar al resto pero que no necesariamente se adaptan a tu punto de vista**
- a. SI ()
 - b. NO ()
- 7. Cuando publicas comentarios en los muros no expresas lo que realmente querías decir para no generar conflicto y quedar bien con los demás**
- a. SI ()
 - b. NO ()
- 8. Cree Uds. que las fotos y comentarios en Facebook reflejan de manera correcta lo que ocurre en la realidad**
- a. SI ()
 - b. NO ()
- 9. Le parece a usted que Facebook le ayuda a sentirse más unido a sus amigos**
- a. SI ()
 - b. NO ()
- 10. Es indispensable tener una cuenta en Facebook para que lo conozca la gente**
- a. SI ()
 - b. NO ()
- 11. Dentro de la red de Facebook, si Uds. observa la foto de una persona que es atractiva físicamente pero la conoce muy poco o no la conoce, considera usted que esta persona además de su atractivo físico puede tener las siguientes características**
- a. Inteligente ()
 - b. Honesto ()
 - c. Sincero ()
 - d. Amable ()

- e. Ninguna ()
 - f. Porque:.....
- 12. Cuando aprecia el muro de sus amigos y conocidos y tiene la percepción de que tiene éxito en su vida personal al observar sus frases, comentarios y fotos publicados en Facebook, le inspiran a publicar contenido similar al de su amigo en tu muro**
- a. SI ()
 - b. NO ()
- 13. Cuando Usted revisa el muro de sus amigos y observa comentarios o frases que le resultan agradables, se ha sentido motivado a publicar en su muro algo que de igual forma agrade a sus amigos**
- a. SI ()
 - b. NO ()

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

ANEXO NRO.4

ANEXO NRO. 5 PROYECTO DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA SALUD HUMANA
CARRERA DE MEDICINA HUMANA

**INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN
LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN
ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO
BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN
EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016.**

**Proyecto de tesis previo a la obtención
del título de MEDICO GENERAL.**

AUTOR: ADRIANA ELIZABETH ARMIJOS GORDILLO

DIRECTOR: DR. HECTOR VELEPUCHA

I. TEMA

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DEL COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERIODO DE JULIO 2015-FEBRERO 2016

II. PROBLEMATIZACIÓN

Durante los últimos 10 años, el uso del Internet como herramienta de trabajo y comunicación ha crecido rápidamente, alcanzando cada vez más espacios en la sociedad. Sin embargo, desde hace cuatro años, particularmente, las llamadas comunidades virtuales han tomado cada vez más fuerza, perfeccionado su operatividad y ofreciendo servicios y aplicaciones que atraen cada vez más seguidores, lo que se evidencia a través de las miles de personas que día a día se afilian en todo el mundo.

Actualmente Facebook es una de las más importantes redes sociales, ya que es una de las más visitadas y se le considera un fenómeno social de escala mundial ya que incluye más de 400 millones de usuarios que inevitablemente van creciendo en número cada día.

Sea cual fuere la conclusión más cercana a la realidad, lo que no se puede negar es el creciente entusiasmo con que los jóvenes reciben y utilizan los espacios virtuales, (blogs, facebook, metroflog, etc.) los cuales les permiten ubicarse en un mundo cada vez más virtual además de volátil. En México, según datos del INEGI, en el 2008 más del 50% de los usuarios del ordenador son jóvenes de preparatoria y licenciatura y el 93.4% de esos mismos usuarios lo usan con una frecuencia diaria a semanal y un 28.9% lo utiliza con fines de entretenimiento. Aun cuando el acceso de Internet es bajo (13.5% de hogares) el grupo mayoritario de estos se encuentra entre los jóvenes de 12 a 24 años (53.4% del total), por lo que representa un grupo de estudio importante.

Desde el año 2008, las redes sociales han experimentado un crecimiento exponencial en España, aumentando del 22.6% al 72.3% los usuarios habituales entre el año 2008 y el último trimestre de 2010 (INTECO, 2011). Según datos del Instituto Nacional de Estadística en 2012, el 88,5% de los jóvenes usuarios de Internet con edades comprendidas entre los 16 y 24 años participa en redes sociales y, ya en 2009, Bringué y Sádaba (2009) encontraron que el 71% de los adolescentes españoles (12-18 años) las utilizaban, elevándose esta cifra con la edad.

La importancia que le hemos dado a esta famosa red social ha provocado un cambio en nuestra manera de relacionarnos con la gente. Al igual que el cambio en la comunicación que logró el celular, el correo electrónico, e incluso el MSN Messenger, Facebook ha influido en nuestro vocabulario, en nuestra forma de comunicarnos, pero sobretodo en la forma en la que nos relacionamos socialmente. Hemos transformado la forma de hacer amistades, hemos cambiado la manera de publicar nuestras relaciones, la forma de reunir a grupos de gente, y de compartir información personal con nuestros contactos.

Pierre Bourdieu (1985 y 1997) reclama que la posibilidad de la interacción entre personas está determinada por el espacio ocupado por las mismas en el campo social, que podría estar sujeto, entre otras, a su condición de clase y capital cultural. Así, pues, la viabilidad de un encuentro e interacción entre individuos depende de que compartan una posición similar en el plano del espacio social. Sin embargo, la existencia de las comunidades virtuales en el ciberespacio puede facilitar la interacción de sujetos anónimos (Markham, 1998) que ubican a sus pares en intereses y necesidades, cuyas probabilidades de interactuar por fuera del ciberespacio, quizás, eran reducidas o nulas, por diferentes motivos que los alejarían de los otros en el espacio social.

Al trocarse el proceso de conocimiento del interlocutor, se facilita la posibilidad de diseñar, a plena conciencia, la imagen de sí mismo que el sujeto quiere proyectar. Las comunidades virtuales están diseñadas, precisamente, para permitir a sus usuarios la posibilidad de re-crearse, re-diseñarse y convertirse en versiones, quizás mejoradas, de sí mismos. Desde esta perspectiva, resulta interesante ver la manera como al construir una representación, quizás ideal, el individuo está organizando su identidad basándose en características, reales o no, como si se tratase de un mensaje que va a ser decodificado; es decir, que el proceso de la creación de la identidad virtual es un proceso consciente y no formado con el paso del tiempo, la socialización y la experiencia.

Desde una perspectiva sociológica, ese proceso de re-formulación de la identidad del individuo en el ciberespacio se encuentra protegida por la carencia de elementos de constatación de veracidad de la información brindada. Es decir, que la publicación de la información de los usuarios se basa en el principio de la confianza; la carencia de regulaciones estrictas en ese sentido puede generar una especie de anomia (Durkheim, 1987), que no existen unas barreras o limitaciones estrictas y determinadas, las cuales condicionan las acciones de los individuos. Así pues, resulta posible ser quien se desea ser o, mejor aún, ser conocido por lo que se desea que se identifique de sí mismos, por encima de categorías de clase, raza y género.

En el momento en que el sujeto usuario construye su perfil en una red social virtual, como el Facebook, la situación es similar a la de un lienzo en blanco en donde el sujeto-usuario puede crear el retrato de sí mismo que mejor le parezca, resaltando los elementos que quiere hacer evidentes y ocultando aquellos que no considera relevantes dentro del nuevo sujeto que está creando.

Así, el nuevo YO virtual que aparece y toma vida en las redes sociales virtuales es un reflejo idealizado, por decirlo de alguna manera, del YO no-virtual. Es importante recalcar que, tanto sujeto virtual como el no-virtual se complementan y crecen juntos.

También es importante recalcar que en la ciudad de Loja, se pueden dar estos casos en adolescentes de los distintos colegios o instituciones, ya sea por falta de comunicación e información por parte tanto de padres de familia como de profesores en general, motivo por el que se busca la solución a los mismos.

III. JUSTIFICACIÓN

La finalidad de este proyecto está orientada a analizar la influencia que ejerce esta red en la percepción de estudiantes de bachillerato, esto a partir de la interacción que se da en Facebook entre el usuario y los demás miembros que conforman su lista de contactos (amigo, familiares, conocidos) con especial énfasis en el grupo de amigos.

Hace poco menos de 50 años, Marshall McLuhan (1964, citado en Maigret 2005) planteó, a través de su frase “el medio es el mensaje”, que la información transmitida a través de un medio no es tan relevante, por sí sola, sino que adquiere su poder transformador a través del medio y el contexto por el cual se difunde. Con su aparición, las redes sociales virtuales han entrado a ser parte fundamental de la interacción de millones de personas en el planeta y, de esta manera, a viejas prácticas sociales y formas de comunicación interpersonal, que a su vez generan nuevas prácticas, lenguajes, y formas de socialización, tanto en la esfera social presencial, como en la virtual, así como nuevas formas de identificarse, representarse a sí mismos y ejercer su ciudadanía, acciones que referencian la complejización del sujeto, como un pastiche del Ser (tomando como referencia a Pasquali (1998) y su concepto de pastiche cultural), en el que lo virtual y lo real, lo local y lo global difuminan sus fronteras.

Sin embargo, la limitación a la interacción de tipo presencial, cara a cara, propicia una especie de estado caótico en el que se dificulta controlar, de alguna manera, la veracidad de las identidades creadas y ofrecidas por los sujetos en el ciberespacio, ya que tales espacios dan la oportunidad a los individuos de crear versiones ideales de sí mismos, en muchos casos, rebosantes de virtudes y carentes de defectos.

Este estudio va enfocado a investigar la influencia de las redes sociales (Facebook) en la construcción de la identidad social, en los adolescentes ya que no existen estudios a nivel local que nos den datos de este problema que afecta a nuestra sociedad y teniendo en cuenta que el desarrollo de dichas comunidades virtuales es realmente reciente, el adelanto de trabajos exploratorios de investigación social, en ese sentido, apenas está en ciernes, por lo que resulta pertinente unirse a esos esfuerzos por entender y discernir las nuevas tendencias o formas de socialización, a través de estas redes sociales virtuales, en contraposición a las interacciones de tipo presencial. Se considera necesario realizar la presente investigación para la obtención de mi título de médico general.

Finalmente, esta investigación servirá como proyecto de tesis, los resultados de esta investigación serán de gran interés, utilidad y beneficio a la comunidad de salud médica y a la población en general ya que nos permitirá conocer el impacto de las redes sociales en la construcción de la identidad social.

IV. OBJETIVOS:

Objetivo general:

1. Determinar la influencia de las redes sociales (Facebook) en la construcción social del yo en adolescentes de 15-18 años del colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja en el periodo de julio 2015-febrero 2016

2. Objetivos específicos

1. Analizar la influencia que ejerce esta red social en la percepción de los adolescentes del colegio Bernardo Valdivieso, esto a partir de la interacción que se da en Facebook entre el usuario y los demás miembros que conforman su lista de contactos (amigos, familiares, conocidos).
2. Establecer la frecuencia y el número de horas diarias que los adolescentes del colegio Bernardo Valdivieso dedican a esta página social.
3. Determinar la posible sobrevaloración que se le atribuye a la imagen en relación al efecto halo.

V. MARCO TÓRICO

1. Breve Historia del Facebook

Facebook nació en 2004 como un hobby de Mark Zuckerberg, en aquél momento estudiante de Harvard, y como un servicio para los estudiantes de su universidad. En su primer mes de funcionamiento Facebook contaba con la suscripción de más de la mitad de los estudiantes de Harvard, y se expandió luego a las universidades MIT, Boston University y Boston College y las más prestigiosas instituciones de Estados Unidos.

Un año después, Facebook tenía más de un millón de usuarios. Ese mismo año incorporó, a los alumnos de más de 25 mil escuelas secundarias y dos mil universidades de estados unidos y el extranjero, logrando un total de 11 millones de usuarios.

En 2006, Facebook introdujo más universidades extranjeras y desarrollo nuevos servicios en su plataforma, tales como Facebook Notes (una herramienta de bloggin con tagging, imágenes y otras utilidades).

En 2008 lanzó su versión en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. La mayor cantidad de usuarios de Iberoamérica, proviene de Colombia, superando a países con mayor población como México, Brasil y Argentina.

Ecuador según la página de estadísticas y mediciones de popularidad de las de las redes sociales en el mundo. Socialbakers (2012) en el mes de mayo de 2012 se ubica en la posición de 35 a nivel mundial con 4 millones y medio de usuarios.

En cuanto al rango de edad en Ecuador el grupo con mayor número de usuarios que se registra en Facebook, es de 18 -24 años, seguido del grupo de 25-34 años por lo que de esta red social dentro de nuestro país apunta a un público predominante joven que dedica una considerable para te de su tiempo al uso de esta red social. (Historia del Fcaebook, 2009)

1.1 Estructura y contenido

Para abordar este estudio primero se intentará explicar la arquitectura Facebook con la finalidad de comprender la iniciativa de la investigación.

Dentro de las características de esta red social uno de los elementos más importantes para analizar su estructura en cuanto a su inicio es la ventana de entrada conocida como muro o pared que según Renato Almeida nos indica que:

“ La pared es la parte social del perfil, que posibilita un espacio de interacción, donde se permite evidenciar enunciados de cualquier variedad y naturaleza escritos o “pegados”, con o sin comentarios escritos o “pegados” por el usuario o por un miembro de s audiencia (otros usuarios). La “pared” está compuesta de enunciados, comentarios, links, con marca de tiempo estructurado cronológicamente.” (Almeida, 2010)

Muro: el muro es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados.

Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash, etc.

Actualmente Facebook ofrece una variedad de servicios a los usuarios y ofrece los que se mencionan a continuación:

- **Lista de amigos:** En ella, el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.
- **Chat:** Servicio de mensajería instantánea en dispositivos móviles y computadores a través de Facebook Messenger.
- **Grupos y páginas:** Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un enlace en cada grupo el cual se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas.

Botón «Me gusta»: Esta función aparece en la parte inferior de cada publicación hecha por el usuario o sus contactos (actualizaciones de estado, contenido compartido, etc), se caracteriza por un pequeño ícono en forma de una mano con el dedo pulgar hacia arriba. Permite valorar si el contenido es del agrado del usuario actual en la red social, del mismo modo se notifica a la persona que expuso ese tema originalmente si es del agrado del alguien más (alguno de sus contactos). Anteriormente iba a ser llamado "Me impresiona" pero los usuarios decidieron nombrarla "Me gusta", aunque también es llamado incorrectamente en español con el término "Like".

App Center: contendrá de las mejores app disponibles para la red social. Mostrará los hábitos de cada persona, las aplicaciones que estén más relacionadas con su actividad diaria. Se podrá ingresar a la tienda desde internet como dispositivos móviles. Cada aplicación tendrá una página con descripción, que incluirá imágenes y opiniones de usuarios.

12. Aplicaciones: Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quien es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad, etc.

13. Juegos: la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, juegos parecidos al Trivial Pursuit (por ejemplo geografía), o pruebas

de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentran los juegos de pusckabminecraftPlayfish, como Petsociety, los juegos de ZyngaGames como FarmVille y CityVille además los juegos de Digital Chocolate como Tower Bloxx.

- **Sátira:** Una herramienta en progreso, para distinguir noticias de parodias de sitios web, ayudando a los usuarios a distinguir las noticias satíricas.

1.2 ¿Quiénes son los usuarios de Facebook?

A raíz del uso de las redes sociales, cualquier persona que tenga acceso a un computador con conectividad a Internet, que no esté restringido por un Proxy, puede ser usuario potencial.

En las redes sociales se puede poseer o preocuparse por adquirir características referentes a un famoso o una celebridad, tales como la importancia que los sujetos le otorga al cuidado de la imagen y a la reputación en todos los ámbitos, así como su estrecha relación con el registro y la publicación de sus fotografías en múltiples escenas de interacción social. Y asimismo como los músicos, modelos, actores y deportistas, obtienen fama como consecuencia de la aceptación, y a veces hasta rechazo, por parte de su público o fans, y aparecen en Internet convirtiéndose en noticia; los usuarios de Facebook aumentan las posibilidades de ser comentados por otros usuarios de su red, ya sea por aprobación o desencanto de sus acciones o pensamientos, o por ser encontrados en la red de redes con solo escribir su nombre. Como primera medida, cualquiera que deje en sus opciones de privacidad, aceptar ser buscado en Google, aparecerá con solo escribir su nombre y dar un clic, lo que significa que cualquier persona podría dejar un rastro en la Web. Del mismo modo, los individuos pueden ser identificados potencialmente en plataformas de comunicación, en mayor medida por el número de “amigos” que tengan, o por la cantidad o calidad de actividades que realicen en estas.

2. Facebook como agente de socialización y su impacto en la realidad contemporánea

Para iniciar este capítulo primero comenzaremos por definir que es la socialización que de acuerdo a Brim, O. nos indica que:

“La socialización es el proceso por medio del cual los individuos adquieren conocimientos, aptitudes y disposiciones que los capacita para facilitar como miembros efectivos de agregados sociales”. (Brim, 1969, pág. 16)

Por lo que el acto de socializar conlleva a la adquisición de conocimientos que nos permite funcionar dentro de una sociedad, y en este caso este proceso de adquisición se facilita dentro de Facebook, porque se dispone de información de fácil acceso sobre lo que los demás juzgan como correcto e incorrecto al observar los comentarios como “aceptable” para relacionarnos con ellos.

La socialización dentro de este contexto es sumamente importante debido a que es uno de los factores que están presentes en la interacción del sujeto con sus amigos.

Habiendo expuesto cual es la función de la socialización podemos mencionar también lo que son los agentes de socialización, que según. (Paéz, Fernández, & Uerillos, 2006). Son

Las personas e instituciones que se ocupan de que la interiorización social se haga efectiva(...) Cada una de las personas con las que interaccionamos en nuestra vida cotidiana es una agente socializador, siempre y cuando posea la capacidad de influir en nuestro comportamiento en la dirección que el mismo marca y que normalmente coincide con la orientación aceptada socialmente (...) Tradicionalmente se han considerado como los principales agentes de socialización la familia, la escuela, el grupo de amigos, los medios de comunicación y actualmente tendríamos que añadir la influencia de las nuevas tecnologías como es el caso de internet. (Paéz, Fernández, & Uerillos, 2006)

Según lo anteriormente indicado podemos apreciar los distintos tipos de grupos conocidos como agentes de socialización, entre los que se encuentran el internet y que ejercen una influencia importante del yo, por lo tanto al considerar a la internet como un elemento capaz de influenciar en nuestro comportamiento, podemos ser más específicos y definir también a la plataforma Facebook como un agente de socialización, por el motivo de que esta red nos permite comunicarnos con los demás y por ende ser influenciado por ellos.

Complementando lo expuesto inicialmente y analizando el rol de Facebook en nuestra realidad contemporánea podemos argumentar que básicamente se trata de una red social que ha causado una manera distinta de comunicarnos con el resto y las relaciones interpersonales entre pares actualmente tienen otras vías de comunicación además del contacto cara a cara y es a través de la imagen y el texto que los usuarios de la era del Facebook mantienen y reafirman su vínculo con los demás y sobre todo se encuentran pendientes de lo que están haciendo sus amigos en sus vidas, este vendría a ser componente principal por el cual muchos jóvenes y adultos utilizan esta herramienta, la comunicación mediada por computador, ha adquirido un rol sumamente importante en nuestras vidas, y el intercambio de mensajes, fotos y videos se ha convertido en un actividad cotidiana que ha pasado a formar parte de las actividades de muchas personas que tiene acceso a un computador e internet.

3. El yo dentro del contexto social

EL yo de la persona se desarrolla en relación con las reacciones de otras personas hacia ella, y que tiende a reaccionar consigo mismo de acuerdo con estas reacciones. Esto quiere decir que el sistema del yo no es meramente función de la manipulación que del entorno hace una persona, sino función del modo en que una persona es tratada por las demás. El yo es producto social. Esta línea de pensamiento constituye un elemento importante para muchos de nuestros grandes teóricos, como Piaget y Freud, pero sus exponentes más notables provienen de otra tradición.

El yo no es connatural ni puede aparecer en el individuo aislado de sus compañeros. EL yo surge de la experiencia social de interactuar con otros. El yo posee una importante cualidad reflexiva: es a la vez sujeto y objeto. En la interacción, el hombre aprende a responder conforme los demás le responden. Llega a ser objeto para sí mismo cuando toma para sí las reacciones de otros hacia él. Adquiere el yo colocándose en «el pellejo de otros» y empleando la perspectiva que de él tienen para considerarse él mismo. A esta capacidad del hombre para

asumir las actitudes de los otros hacia él es a lo que alude Mead en su famosa frase «asumir el rol del otro». En esta opinión, los atributos distintivos del hombre surgen no tanto de la superioridad de su sistema nervioso en cuanto tal (opinión, visión biológica), como del género de relaciones sociales que sostiene el hombre con otros de su especie. Una persona es un ser con yo, y ese yo surge a través de las relaciones sociales de ese ser. Lo resume Macmurray cuando escribe:

La unidad de la existencia personal no es el individuo, sino dos personas en relación personal; y... somos personas no por derecho individual, sino en virtud de la relación recíproca. Lo personal está constituido por la conexión personal. La unidad de lo personal no es el «yo», sino el «tú y yo».

La idea de la persona totalmente independiente de otras es una ficción.

La mayor aportación de Mead, en consecuencia, se apoya en su sugerencia de que el yo se desenvuelve solamente cuando una persona comienza a «asumir el papel del otro», cuando la persona toma para consigo misma las actitudes que otros toman hacia ella. Una de las formas importantes en que el niño aprende a hacer esto es en el juego, como recalcaron Mead y Piaget. El juego, ya sea en solitario o con otros, con fantasía o con juguetes, desempeña la misma función. Consideremos el caso en que el niño juega a ser otra persona, uno de sus progenitores o un niño héroe. Con frecuencia, el niño desempeña dos roles en interacción, como el juego de «casa», en que el niño es la madre y el padre. En esas situaciones de juego o fantasía el niño explora las reacciones de otras personas entre sí y para con él, así como sus propias reacciones para con ellas. De este modo el niño aprende a verse desde la perspectiva de otros. La organización de las respuestas de otras formas parte esencial del proceso del desenvolvimiento del yo.

4. Introducción de la influencia de los grupos en la construcción del yo

Dentro de la constitución de los grupos la exposición de conceptos que la psicología ha abordado como disciplina experimental ha ido avanzando paulatinamente en cuanto a la comprensión de la influencia del contexto social en la estructura mental del sujeto, desde principios del siglo XIX han existido tesis que dan muestra de la existencia de una mente influenciada por la colectividad. Incluso Freud llegó a dar importancia a esta teoría en su obra psicología de las masas y análisis del yo que básicamente comprendía un análisis detallado de la obra de Lebon psicología de las masas que proponía la existencia de una mente individual se perdía en la muchedumbre y carecía de responsabilidad personal en sus actos.

Esta propuesta de Lebon Según la Psicología comunitaria Maritza Montero tiene mucha vigencia todavía en nuestros días, e incluso se la estudia dentro de las ciencias políticas para tener una mejor comprensión de la forma de actuar de la gente se concreta en masa.

Este hombre masa también es mencionado por el filósofo español Ortega y Gasset en 1929 en su obra rebelión de las masas, y trata de teorizar las características de su personalidad en función de comprender por qué este instinto gregario hace que la gente actúe en función de la fuerza y no de la razón, su concepto coincide en muchos aspectos en lo propuesto por Lebon, en general se puede notar la intolerancia hacia los grupos que no

comparten sus mismas ideas y se dejan arrastrar por el juicio colectivo de los valores propios del endogrupo y la cultura general que regula la opinión popular.

Citado las palabras de Gasset podríamos comprender el carácter de esta personalidad en la siguiente afirmación.

Masa es todo aquel que no se valora a sí mismo, en bien o mal por razones especiales, sino que se siente como todo el mundo y sin embargo, n se angustia, se siente a salvo al saberse idéntico a los demás. (Otega y Gasset, 1996, pág. 56)

Por lo tanto el hombre masa se ve asumido en la presión que ejerce la influencia social y deja a un lado sus propias posturas para semejarse al resto. En este caso las minorías y el pensamiento individual vendrían a representar ese sector de la sociedad que propone ideas y es menos susceptible a dejarse influenciar por los valores, creencias y posturas de los demás.

Esta forma de influencia por parte de la colectividad podría estar cambiando su dinámica a medida que avanzan las nuevas tecnologías y en este caso Facebook se perfila como un elemento importante dentro de este proceso de cambio.

5. Los medios en el proceso de construcción de la identidad

De la Torre (2007) afirma que “el modo en que organizamos nuestras vidas, la forma en que nos vestimos, nuestras maneras de construir y modificar el entorno, los diversos trabajos que desempeñamos para ganarnos la vida, los valores y creencias, las maneras de relacionarnos con los otros, las narraciones sobre nuestras vidas e historias, por solo poner algunos ejemplos, están marcados por los procesos de identidad, tanto de las identidades individuales como de las colectivas”.

Para explicar la influencia e importancia de los medios de comunicación en el proceso de construcción del yo, y por lo tanto de la identidad, podemos partir de la perspectiva de

Thompson de que “el yo es un proyecto simbólico que el individuo construye a partir de materiales simbólicos que encuentra disponibles, materiales con los que el individuo teje una explicación coherente de quiénes él o ella, una narrativa propia de la identidad”. Y esta narrativa cambiará “en la medida de que los individuos utilicen nuevos materiales simbólicos, tengan nuevas experiencias y gradualmente redefinan su identidad en el curso de la vida”. Thompson (p.273) advierte que aunque se haga énfasis en el carácter activo y creativo del yo, no significa que el yo no pueda ser condicionado socialmente y apunta que “un tema central de la práctica de Bourdieu es que las disposiciones (o habitus) que dan forma a las maneras de actuar, percibir, etc., de los individuos están estructuradas por las condiciones sociales diferenciadas bajo las que fueron adquiridas”, así que acceder a tales materiales simbólicos determinados dependerá en gran medida de sus condiciones materiales de sus vidas.

Antes del desarrollo de los media, los materiales símbolos se transmitían principalmente durante las relaciones o interacciones cara a cara y por lo tanto, la identidad de los individuos estaba ligada al contexto donde vivían y a los conocimientos locales que adquirirían (de generación en generación y de forma oral con los otros). El individuo adquiriría una identidad anteriormente determinada, de acuerdo con el oficio que desempeñaba y a su nacionalidad.

Pero con el desarrollo de las sociedades modernas y los medios de comunicación, se crearon afirma Thompson (p.116) “nuevas formas de acción e interacción y nuevos tipos de relaciones sociales, formas que son completamente diferentes del tipo de interacción cara a cara que han prevalecido a lo largo de la historia de la humanidad. También provocan una reordenación de las pautas de interacción humana a lo largo del espacio y del tiempo”. Estas nuevas formas de interacción a las que se refiere Thompson son la interacción mediática y la interacción casi-mediática, que llegarían a complementar las funciones que anteriormente cumplían la interacción cara a cara en el procesos de formación del yo.

6. El endogrupo amigos y sus vínculos afectivos

Tomando como referencia para la investigación la categoría amigos se utilizara la siguiente aclaración de Jiménez, que nos expone la influencia de los amigos de la siguiente manera:

El grupo de iguales o amigo, es el agente socializador que se consolida durante la adolescencia y que tiene la capacidad de favorecer o no el proceso iniciado en la familia...Mientras que la influencia de las figuras adultas como los padres, los profesores, los entrenadores y demás decrece, la influencia de los amigos crece. (Jiménez & Montil, 2006, pág. 213)

Dentro del contexto; endogrupo amigos comenzamos por precisar la dinámica que se da entre el individuo y el grupo, para que el sujeto se pueda desenvolver dentro de un círculo de amistades, debe desarrollar una pertinencia al grupo que le permita mantener un autoestima positiva y un nivel aceptable de confianza, estas condiciones desarrollan un puente de unión entre sus miembros que lo podemos caracterizar como vínculo que es precisamente el momento de fusión entre lo social con lo personal.

Según el psicoanalista (Caparrós, 1895) , es a través del vínculo que se enlaza lo general con lo particular, el individuo se encuentra en toda situación enmarcando con otro objetivo social. Esta conexión se produce con un objeto real o ideas (pero siempre social) sin importar que el sujeto se encuentre aislado del grupo, siempre y cuando exista una relación emocional con otro.

7. Identidad Social

Otro concepto importante dentro de esta dialéctica- grupo es el de identidad, primero comenzamos por aclarar que esta definición abarca varias nociones pero esencialmente implica una relación dual entre un yo y un otro, entre lo interno y lo externo y se modifica dependiendo de la aceptación social de los otros.

Durante varios años Facebook ha ido cambiando la forma de mirarnos a nosotros mismos combinando lo real con lo virtual y permitiendo que los usuarios puedan construir su identidad de manera conveniente a partir de sus características socialmente aceptables por el resto.

En esta plataforma la identidad se construye a través del discurso y auto relato de las experiencias de la vida que quiere compartir su usuario, pero debemos tener en cuenta que el concepto de identidad no es compatible con el perfil en Facebook debido a que este último

solo es una pequeña proyección del primero, y la representación del Yo en esta red construye una manifestación muy parcial de nuestros deseos, intenciones, ideas y necesidades.

Pero para comprender porque los usuarios buscan ser “agradables” ante el resto abordaremos la teoría de la identidad social que fue desarrollada por los psicólogos sociales (Tajfel, 1986) y (Turner, 1990). Esta categoría basa su supuesto en tres conceptos principales que según estos autores nos indica que:

A) Categorización: las personas tienden a categorizar objetos para entenderlos, de manera similar al ser humano categoriza a las personas para poder comprender nuestro entorno social. Dichas categorías pueden ser lanco, negro, australiano, cristiano, musulmán, estudiante, obrero, etc.....

Al categorizar a los individuos, uno mismo puede encontrar la categoría a la que pertenece; tomando actitudes propias de nuestra categoría.

B) Identificación: nosotros nos identificamos con grupos a los que creemos pertenecer. La identificación lleva consigo dos significados. Parte de quienes somos está regido por el grupo al que pertenecemos, algunas veces pensamos en “nosotros” y algunas otras como “yo”. De esta manera, a veces pensamos en nosotros como miembros de algún grupo y otras en nosotros como individuos únicos. Lo importe de tal afirmación es que al pensar en nosotros como miembros de un grupo se le define como identidad social. Al pensar en nosotros como individuos se le llama persona personal.

C) Comparación: De alguna forma, nosotros nos vemos igual que los demás, es decir, tratamos a los miembros de nuestro grupo de manera similar. Como ejemplo ponemos el caso de las guerras; los miembros del grupo opuesto se les consideran idénticos. Esta es la idea de la comparación social,, idea que argumenta que para auto-evaluarnos nos comparamos con otros similares a nosotros. (Tajfel, 1986).

1. La influencia de la imagen dentro de la pantalla de Facebook

Actualmente la imagen se ha convertido en una herramienta imprescindible para el registro y transmisión de todo tipo. Vivimos en una sociedad en la que la mayor parte de sus miembros se ha convertido en espectadores pasivos de su escenario, confundiendo muchas veces la imagen con la realidad misma. Dentro de Facebook no solo estamos inmersos en el lenguaje de la palabra sino también en el lenguaje de las imágenes que es el más representativo de la gran mayoría o de las masas.

Pero por que el lenguaje de las imágenes se identifica más con la gran mayoría? Esto según el periodista Francisco Montero tiene su explicación en que la palabra escrita o hablada llega hasta cierto grado de conocimiento dependiendo del nivel de cultura o enseñanza de la persona, mientras que la imagen o fotografía es universal y más comprensible para todo público, además de que carece de la complejidad de sentidos de la palabra.

En cuanto a las imágenes que se manejan en Facebook cada uno es el encargado de la imagen que desea emitir y existe una amplia variedad de proyección de auto imagen que se desea emitir y existe una amplia variedad de proyección de auto imagen que dan cabida a un entorno simbólico visual, estas se construyen a partir de los que l sujeto quiere mostrar como

su YO ideal, algunas imágenes son meticulosas elaboradas, mientras que otras son simples o carentes de tavisos, esto depende del usuario y de su criterio en cuanto a que es lo deseable o popular entre sus amigos, en definitiva modelamos nuestra apariencia para que los demás nos vean como esperamos ser vistos.

A esto hay que añadir que las imágenes se convierten en realidad dentro de la percepción del sujeto cuando son capaces de interactuar y generar sentimientos entre sí. Es decir cuando se produce interactividad.

Una vez escogida la imagen, nos hacemos a la idea de la interpretación que cada observador le puede atribuir a la misma y la emoción que queremos transmitir, bajo este supuesto si asociamos una imagen con un sentimiento existe un condicionamiento que altera la percepción del observador en Facebook, por lo que la imagen dentro del entorno virtual predomina sobre lo narrativo, y a la vez que suscita más emociones que la palabra.

2. La imagen en el Facebook y el efecto halo

El efecto halo es un fenómeno del pensamiento que consiste en generalizar una cualidad positiva o negativa en el resto de características de una persona. Según este efecto si observamos a una persona que posee un atributo que resalta sobre el resto como el atractivo físico, nuestro juicio tiende a generalizar esa cualidad y por lo general creemos que además de su atractivo físico esa persona es más inteligente, honesta o sincera de lo que realmente es.

El psicólogo conductista Edward L. Thorndike fue el primero en documentar este particular fenómeno en un estudio publicado en 1920 denominado. El error constante de los ratings psicológicos esta investigación constó con la participación de soldados del ejército estadounidense y generales de rango superior que tenían la tarea de calificar a sus subalternos en determinadas cualidades, estos sobrevaloraban una cualidad en particular como su apariencia física sobre otras características de su personalidad como el intelecto, liderazgo y cualidades personales.

También los psicólogos educacionales GlenFoster y James Ysseldyke (1976) en su estudio Expectativa del efecto Halo como resultado de un sesgo inducido artificialmente en el Maestro encuentran el efecto halo en las evaluaciones de los maestros hacia los niños. A estos maestros de educación regular y especial de la escuela primaria se les mostraban videos de un niño normal que se les dijo que estaba emocionalmente perturbado o poseía un trastorno del aprendizaje, retraso mental, o simplemente era normal. A los maestros se les pidió llenar formularios de referencia basados en el comportamiento del niño. Los resultados mostraron que los profesores resaltaban las expectativas negativas hacia los niños con trastornos emocionales, y mantenían estas expectativas, incluso cuando se les decía que presenta un comportamiento normal. Además, bajo la etiqueta de retraso mental mostraron un mayor grado de polarización negativa que el emocionalmente perturbado o con problemas de aprendizaje.

Por lo que dentro de estas investigaciones nos demuestran que sesgamos nuestra percepción a partir de una característica que resalta sobre las demás. El Dr. Don Hellrieger.

Investigador de ambientes organizacionales e innovación organizacional nos aclara este efecto explicándonos sus características de la siguiente forma:

El efecto halo se basa en evaluaciones generales de la persona... El halo ciega al perceptor, de modo que no puede ver los otros atributos que también debería evaluar para obtener una impresión completa y exacta de la otra persona... Un gerente podría destacar un rasgo y utilizarlo como base para juzgar todas las otras medidas del desempeño. (Hellriegel, 2009, pág. 80)

Este efecto se da por lo general cuando no disponemos de la suficiente información para formarnos una impresión real de la gente, al no conocer como esa persona es en realidad, nuestro mente tiende a simplificar la información obtenida y por lo tanto asocia la cualidad que apreciamos a simple vista con la impresión negativa o positiva que nos formamos del sujeto.

Una cualidad llamativa opaca al resto de atributos, por lo tanto si una persona se destaca en una actividad y se resalta determinado rasgo en la impresión general, esa cualidad se sobrestima y se da poca importancia al resto, para mejor comprensión podemos exponer el ejemplo de un atleta que se destaca por su habilidad en el deporte pero que carece de talento para expresarse ante los medios de comunicación, la población en general restará importancia a su falta de habilidades verbales para relatar su hazaña con anécdotas interesantes, pero en cambio darán más importancia al talento del deportista y a su logro obtenido, tal es así que muchos deportistas pueden ganarse la aceptación de la gente y luego ocupar cargos públicos basados en el voto y la apreciación de la población, por lo tanto en este caso la falta de preparación académica por parte del deportista se ve opacada en la percepción popular por el mérito obtenido en determinado deporte.

Después de haber mencionado esta aclaración, vamos a trasladar este concepto al campo de Facebook, en este medio la imagen que nos hacemos de la gente puede verse afectada en cuanto a la percepción de atribuir cualidades positivas o negativas (que no necesariamente posea esa persona) por el simple hecho de observar su foto de perfil o sus álbumes, en este caso la imagen como elemento visual puede estar afectando la impresión que nos hacemos de la gente y por lo tanto dentro de la investigación se tomará muy en cuenta este proceso para analizar en qué medida la imagen se antepone a la información y si en realidad nuestro juicio tiende más a generalizar que a indagar en los detalles para conocer a alguien e interrelacionarnos con los demás.

En este caso la propuesta será determinar si en realidad se generaliza y se atribuyen cualidad de personalidad como generosa, honesta, inteligente etc. A personas que por el hecho de tener fotos que se consideran atractivas, erróneamente se les atribuyen estas características.

Por lo tanto si la exposición de esta idea está en lo correcto podemos poner a consideración el argumento de que la pantalla a través de Facebook es una superficie que puede proyectar lo que creemos que somos o lo que superficialmente somos.

3. Adolescencia

10.1 Definición

Es un periodo del desarrollo biológico, psicológico, sexual y social inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad. Es un periodo vital entre la pubertad y la edad adulta, su rango de duración varía según las diferentes fuentes y opiniones médicas, científicas y psicológicas, generalmente se enmarca su inicio entre los 10 y 12 años, y su finalización a los 19 o 24. Anteriormente, la Organización Mundial de la Salud consideraba a adolescencia como el período comprendido entre los 10 y 19 años, comprendida dentro del período de la juventud entre los 10 y los 24 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, hasta los 19 años. A la adolescencia le sigue la juventud plena, desde los 20 hasta los 24 años. (UNICEF, 2002).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) 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 cada año. La OMS define la adolescencia como la etapa comprendida entre 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 apto. (Macaluso, 2012).

10.2 Las líneas del desarrollo tienen lugar dentro de los tres periodos de la adolescencia:

10.2.1 Adolescencia temprana (11-13 años)

Es la primera etapa de desarrollo del niño. Se caracteriza porque comienza a experimentar **cambios físicos a una gran velocidad**. En esta fase aparecen los caracteres sexuales secundarios. **Los cambios psicológicos y sociales no tienen un gran desarrollo durante esta fase**, sino que son consecuencias o se derivan de los cambios físicos. El adolescente observa cómo su cuerpo se desarrolla y cambia, y esto provoca una gran curiosidad y una situación extraña para él. Las transformaciones acercan al adolescente a su grupo de amigos, que también experimentan los mismos cambios, por lo que existe una identificación grupal. Durante esta fase no se producen cambios psicológicos porque en lo que se refiere a los procesos cognitivos, el adolescente sigue pensando en concreto, no ha desarrollado la abstracción del pensamiento, no percibe las implicaciones futuras y se encuentra todavía muy lejos del pensamiento adulto. Los contactos con el otro sexo tienen un carácter exploratorio, también lejos del deseo sexual adulto.

10.2.2 Adolescencia media (14-17 años)

Al comienzo de esta fase, el adolescente ya ha finalizado casi por completo su maduración sexual: **sus órganos sexuales están prácticamente desarrollados y ha adquirido el 95 por ciento de su estatura**. A partir de este momento, **los cambios físicos se ralentizan** sobremanera, lo que le permite al adolescente fijar su imagen corporal y desarrollar más fácilmente una imagen de sí mismo. En esta fase **adquieren vital importancia los cambios psicológicos y sociales**.

Durante estos años desarrolla el pensamiento abstracto y la **capacidad de percibir las implicaciones futuras**, aunque en circunstancias conflictivas, como etapas de estrés, puede sufrir regresiones hacia el pensamiento concreto y ser incapaz de percibir estas implicaciones. La capacidad de percibir en abstracto provoca que el joven desarrolle también una cierta capacidad discursiva, además de identificarse con otras personas, grupos e ideologías. El adolescente también **desarrolla y potencia una imagen de sí mismo**, un rol que proyecta hacia los demás. La pertenencia a un grupo social y la necesidad de independencia respecto del grupo familiar también son consecuencias directas de los cambios psicológicos y cognitivos durante esta etapa.

El **narcisismo** y la **sensación de invulnerabilidad** es otra de las consecuencias de los cambios psicológicos del adolescente. Proyecta su imagen hacia el resto del mundo con el objetivo de acaparar atención. La sensación de invulnerabilidad y de fortaleza hacen que el adolescente pueda ser más agresivo en ciertas circunstancias y puede acarrear comportamientos de riesgo, como el consumo de alcohol, tabaco y otras drogas.

El contacto con el otro sexo se incrementa, aunque no sólo responde a un deseo sexual creciente, sino también al narcisismo y la exploración de los propios límites del adolescente, que necesita poner a prueba el grado de atracción que posee.

10.2.3. Adolescencia tardía (17-21 años)

El desarrollo físico y sexual ha terminado. El adolescente ya es físicamente adulto y sus órganos sexuales están plenamente capacitados para la reproducción.

El pensamiento abstracto también se ha desarrollado en su totalidad y el joven puede pensar en abstracto sin dificultad y **percibe perfectamente las implicaciones futuras de sus actos**. El desarrollo del pensamiento es un factor individual que depende de las condiciones del entorno y de las propias capacidades de la persona.

A partir de este momento, el adolescente comienza a enfrentarse a las exigencias del mundo adulto, las necesidades de atención y de pertenencia a un grupo pierden importancia en pro del **fomento de las relaciones individuales**.

10.3 Características

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 debe considerarse un fenómeno biológico, cultural y social. Muchas culturas difieren respecto a cuál es la edad en la que las personas llegan a ser adultas. En diversas regiones, el paso de la adolescencia a la edad adulta va unido a ceremonias y/o fiestas, como por ejemplo en el Benei Mitzvá, que se celebra a los 12 años para las niñas y 13 años para los niños (12 Años para los niños ortodoxos). Aunque no existe un consenso sobre la edad en la que termina la adolescencia, psicólogos como Erik Erikson consideran que la adolescencia abarca desde los doce o trece años hasta los veinte o veintiún años. Según Erik Erikson, este período de los 13 a los 21 años es la búsqueda de la identidad, define al individuo para toda su vida adulta quedando plenamente consolidada la personalidad a partir de los 21 años. Sin embargo, no

puede generalizarse, ya que el final de la adolescencia depende del desarrollo psicológico, la edad exacta en que termina no es homogénea y dependerá de cada individuo (Cáceres, 2012).

VI. METODOLOGIA

TIPO DE ESTUDIO:

Se trata de un estudio cuantitativo, descriptivo y transversal que se realizará en el colegio Bernardo Valdivieso en la ciudad de Loja.

ÁREA DE ESTUDIO:

La presente investigación se realizará en el Colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja

UNIVERSO:

El universo del estudio está conformado por todos los adolescentes de 15 a 18 años de edad (960 adolescentes) que estudian en el Colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja.

MUESTRA:

Adolescentes de 15 a 18 años de edad del colegio Bernardo Valdivieso los cuales participaran de manera voluntaria y anónima, y que cumplan con los criterios de inclusión, que corresponde a 400 estudiantes.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN

Criterios de inclusión:

- Adolescentes en las edades comprendidas de 15 a 18 años matriculados en el colegio Bernardo Valdivieso
- Estudiantes que hayan firmado el consentimiento informado.
- Estudiantes que presten disposición voluntaria y anónima para el llenado de la encuesta.

Criterios de exclusión:

- Estudiantes con edad fuera del rango establecido.
- Estudiantes que no estén dispuestos a firmar el consentimiento informado de forma facultativa.
- Estudiantes que no deseen participar en el llenado de la encuesta

Procedimiento y Técnicas

En el presente trabajo de investigación se requirió de la aplicación de varias encuestas mediante el cual se recolecto todos los datos necesarios de los estudiantes tomados para este estudio, con el fin de poder resolver cada uno de los objetivos planteados en este estudio.

Fase Preanalítica

- Oficio dirigido al rector del Colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja.
- Recolección de datos de los estudiantes.

Fase Analítica

- Procesar los datos recolectados de los estudiantes.
- Tabulación de los datos recolectados.
- Realización de tablas y gráficas de los datos tabulados

- Análisis de los datos Obtenidos

Fase Postanalítica

- Registro Interno de Trabajo
- Presentación y aprobación por parte del Director de Tesis
- Reporte de Resultados finales

Análisis de datos:

Con los resultados obtenidos se trabajara con tablas y gráficos, utilizando el programa Excel. Se realizará comparaciones con la bibliografía (Marco teórico) a criterio de los autores y con ello se planteara respectivamente las conclusiones y recomendaciones.

VII. OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	CONCEPTO OPERATIVO	INDICATIVO	ESCALA
Redes sociales	Una red social es una <u>estructura social</u> compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una <u>relación diádica</u> o <u>lazo interpersonal</u> .	Con que frecuencia entra al Facebook	Diariamente () 2-3 veces a la semana () 1 vez a la semana () Cada 15 días () Una vez al mes ()
		Aproximadamente ¿Cuánto tiempo permanece en Facebook en cada entrada?	15 minutos () 30 minutos 1 hora() Más de 1 hora()
		Indique con cual persona se comunica más por el Facebook	Familia () Amigos () Compañeros () Otros ()
		Que le llama más la atención en el perfil de tus amigos o conocidos (califique del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos importante)	Comentarios () Estados () Fotos () Cantidad de me gusta en un comentario () Cantidad de me gusta en

			una Foto ()
Construcción social del Yo	La identidad social es aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia	Considera usted que las opciones que escriben sus amigos en sus muros influyen en tus ideas sobre algún tema	SI () NO ()
		Has expresado Ideas o comentarios en Facebook con la intención de agradar al resto pero que no necesariamente se adaptan a tu punto de vista	SI () NO ()
		Cuando publicas comentarios en los muros no expresas lo que realmente querías decir para no generar conflicto y quedar bien con los demás	SI () NO ()
		Cree Uds. que las fotos y comentarios en Facebook reflejan de manera correcta lo que ocurre en la realidad	SI () NO ()
		Le parece a usted que Facebook le ayuda a sentirse más unido a sus amigos	SI () NO ()

		Es indispensable tener una cuenta en Facebook para que lo conozca la gente	SI () NO ()
		Dentro de la red de Facebook, si usted observa la foto de una persona que es atractiva físicamente pero la conoce muy poco o no la conoce, considera usted que esta persona además de su atractivo físico puede tener las siguientes características	Inteligente () Honesto () Sincero () Amable () Ninguna ()
		Cuando aprecia el muro de sus amigos y conocidos y tiene la percepción de que tiene éxito en su vida personal al observar sus frases, comentarios y fotos publicados en Facebook, le inspiran a publicar contenido similar al de su amigo en tu muro.	SI () NO ()
		Cuando Usted revisa el muro de sus amigos y observa comentarios o frases que le resultan agradables, se ha sentido motivado a publicar en su muro algo que de igual forma agrade a sus amigos.	SI () NO ()

VIII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Semana	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero								
	2015				2015				2015				2015				2015				2015				2015				2016				2016												
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana																
						2	3	4		1	2	3	4		1	2	1	2		3	4	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		
Selección del tema y planteamiento del problema		X	X																																										
Justificación y Objetivos					X																																								
Revisión bibliográfica y estructural del marco teórico						X	X	X																																					
Diseño Metodológico									X	X																																			
Cronograma y presupuesto																																													
Presentación del proyecto para estructura y coherencia									X	X	X																																		
Recolección de datos																				X	X	X	X	X	X																				
Análisis de los Resultados																										X	X	X	X	X															

VIII. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Técnicas utilizadas en el proceso de recopilación de la información

- **Recopilación de Información Primaria.** Permiso dirigido al Rector del colegio Bernardo Valdivieso, para realizar el presente trabajo de investigación
- **Recopilación de Información Secundaria:** Con la Aplicación de encuestas a cada una de los estudiantes del Colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja

Instrumentos

- **Encuestas:** Dirigidas a los estudiantes del Colegio Bernardo Valdivieso para acceder a la información secundaria con la cual se elaborara la presente investigación.
- **Sistematización, tabulación y análisis de la Información.** Se utilizará el sistema de Excel

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Recursos humanos

- Adriana Elizabeth Armijos Gordillo
- Tutor del proyecto de investigación:

Recursos materiales

- Computador personal
- Impresora
- Software aplicados
- Discos compactos

Recursos financieros

- Asesoría docente interna.
- Asesoría docente externa.
- Movilización.
- Alimentación.
- Empastado de proyecto de investigación.

FINACIAMIENTO

- Directo autofinanciamiento.

PRESUPUESTO

Cantidad	Material a utilizar	Valor Unitario	Valor total
4	Resma de papel bond	4 d	16 d
1	Memoria	15d	16 d
10	CDs	1 d	10 d
2	Lápiz	0.30 ctvo.	0,60ctvo.
4	Cartuchos de tinta color negro y de color	15 d	60 d
50hrs	Internet	1 d	50 d
833	Copias de las encuestas	5 ctv	60d
5	Anillados	4 d	20 d
5	Empastado de tesis	5 d	25 d
400	Copias varios	0.02 ctvo.	80d
	Transporte (183 días)	2.50	450d
TOTAL			837,60

Bibliografía

- 13.1. *Historia del Facebook*. (2009). Recuperado el 17 de Agosto de 2015, de http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm
- 13.2. DMedicina.Salu y Bienestar. (2016). *Unidad editorial de revistas,S.L.U.*
- 13.3. Almeida, R. (2010). *El laberinto teatral de espejos digitales:la presetacion de mexicano-amerianos en Facebook*. Mexico: Tesis de maestría. mexico, D.F., Mexico:Flasco editorial.
- 13.4. Brim. (1969). Socialization though the life cycle. En Goslin,D. Handbook of socialization. En O. Brim, *Socilization thoungh the life cycle. En Goslin,D. Handbook of socialization*. Theory and research. Chicago, Estados Unidos: Rand Macnally and co.
- 13.5. Cáceres, S. I. (2012). Pubertad, Fisiología y Anatomía. 46-76.
- 13.6. Caparrós, N. (1895). Sobre la construcción de la personalidad.Anthopos:. *revista de documentación científica de la cultura,Editorial Nicolas Caparrós 51*, 3-4.
- 13.7. Dillon, A. (sin mes, 43-68 de 2013). *Los vínculos y la conversación 2.0: miradas de adolescentes argentininos sobre Facebook. Global Media Journal*. Obtenido de Recuoerado de: <http://www.redalyc.org/pdf/687/68726424003.pdf>
- 13.8. Durkheim, E. (1987). La division social del trabajo. Madrid.Akal.
- 13.9. Hellriegel, d. (2009). Comportamiento organizacional.(12A. Ed). Mexico,D.F,Mexico:: Cenageg learning editores.
- 13.10. INEGI. (s.f.). *Instituto nacional de estadisticas,Geografia e informatica*. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est&c=126> Consultado en noviembre de 2008.
- 13.11. Jiménez, A., & Montil, M. (2006). En f. y. Determinates de la práctica de la atividad física: bases. Madrid, España: Editorial Dykinson.
- 13.12. Macaluso, P. (2012). Adolescencia, Un paso Más. *Revista de Pediatria y Hebeatría*, 67-83.
- 13.13. Moreno, F. (2013). "rRemember my name". Fma y construccion de la popularidad en adolescentes usuarios de Facebook. Cuadernos de H Ideas, 7.
- 13.14. Otega y Gasset, j. (1996). En *La rebelión de las masas* (pág. 56). Santiago de Chile,Chile: Editorial Andres Bello.
- 13.15. Paéz, D., Fernández, I., & Uerillos, S. (2006). En *Psicologia social, cultura y educacion*. Madrid, españa: Pretince Hall.
- 13.16. Tajifel, H. (1986). En *The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour 2nd Edition*. Chicago,Estados Unidos:Nelson-Hall.
- 13.17. Thompson, J. (1998). En *Los medios y la modernidad, una teoria de los medios de comunicación*. Madrid,Piidos.

- 13.18. Turner, J. (1990). En *Redescubrir el Grupo Social: Una Teoría de categorización del Yo*. Madrid, España: Ediciones Morata.
- 13.19. UNICEF. (2002). *ADOLESCENCIA*. NUEVA YORK: UNICEF NY.
- 13.20. MACMURRAY: *Persons in Relation*. Faber and Faber, 1961.
- 13.21. H. BLUMER: Sociological implications of the thought of George Herbert Mead, en «*American Journal of Sociology*», vol. 71, 1966, págs. 535-548; a *Society as symbolic interaction*, en A. M. Ross: *Human Behaviour and Social Processes*, Routledge y Kegan Paul, 1962.

ANEXOS

INSTRUMENTOS Y METODOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Formulario N° _____



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA DE LA SALUD HUMANA CARRERA DE MEDICINA HUMANA

La siguiente encuesta consta de 12 preguntas y está diseñada para el proyecto de tesis “influencia de las redes sociales (Facebook) en la construcción social del YO en el colegio Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja, en el año lectivo 2014-2015”

Para el procesamiento de la información se garantiza su total anonimato

Edad:.....

Sexo:.....

14. Conque frecuencia entre al Facebook

- 13.21.1. Diariamente ()
- 13.21.2. 2-3 veces a la semana ()
- 13.21.3. 1 vez a la semana()
- 13.21.4. Cada 15 días ()
- 13.21.5. Una vez al mes ()

15. Aproximadamente ¿Cuánto tiempo permanece en Facebook en cada entrada?

- d. 15 minutos ()
- e. 30 minutos a 1 hora()
- f. Más de 1 hora()

16. Indique con cual personas se comunica más a través del Facebook

- a. Familia ()
- b. Amigos ()
- c. Compañeros ()
- d. Otros especifique:

17. Que le llama más la atención en el perfil de tus amigos o conocidos (califique del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos importante)

- a. Comentarios ()
- b. Estados ()
- c. Fotos ()
- d. Cantidad de me gusta en un comentario ()

e. Cantidad de me gusta en una Foto ()

18. Considera usted que las opciones que escriben sus amigos en sus muros influyen en tus ideas sobre algún tema

a. SI ()

b. NO ()

19. Has expresado Ideas o comentarios en Facebook con la intención de agradar al resto pero que no necesariamente se adaptan a tu punto de vista

a. SI ()

b. NO ()

20. Cuando publicas comentarios en los muros no expresas lo que realmente querías decir para no generar conflicto y quedar bien con los demás

a. SI ()

b. NO ()

21. Cree Uds. que las fotos y comentarios en Facebook reflejan de manera correcta lo que ocurre en la realidad

a. SI ()

b. NO ()

22. Le parece a usted que Facebook le ayuda a sentirse más unido a sus amigos

a. SI ()

b. NO ()

23. Es indispensable tener una cuenta en Facebook para que lo conozca la gente

a. SI ()

b. NO ()

24. Dentro de la red de Facebook, si Uds. observa la foto de una persona que es atractiva físicamente pero la conoce muy poco o no la conoce, considera usted que esta persona además de su atractivo físico puede tener las siguientes características

a. Inteligente ()

b. Honesto ()

c. Sincero ()

d. Amable ()

e. Ninguna ()

f. Porque:.....

25. Cuando aprecia el muro de sus amigos y conocidos y tiene la percepción de que tiene éxito en su vida personal al observar sus frases, comentarios y fotos publicados en Facebook, le inspiran a publicar contenido similar al de su amigo en tu muro

a. SI ()

b. NO ()

26. Cuando Usted revisa el muro de sus amigos y observa comentarios o frases que le resultan agradables, se ha sentido motivado a publicar en su muro algo que de igual forma agrade a sus amigos

a. SI ()

b. NO ()

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN