



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

**“COMPARACIÓN EN LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES ENTRE ADOLESCENTES  
EMBARAZADAS Y NO EMBARAZADAS”**  
**“COMPARISON IN THE UTILIZATION OF THE SOCIAL NETWORKS BETWEEN PREGNANT AND  
NOT PREGNANT TEENAGERS”**

**Noelia Casanueva Carmona**

Becaria de Colaboración. Facultad de Educación. Badajoz.  
Universidad de Extremadura. 924289481. Email: noe2409@hotmail.com

**M<sup>a</sup> Isabel Fajardo Caldera**

Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz.  
Universidad de Extremadura. 924289481. Email: ifajardo@unex.es

**Ana Belén Regalado Cuenca**

Becaria de Colaboración. Facultad de Educación. Badajoz.  
Universidad de Extremadura. 924289481. Email: anarecu@hotmail.com

**M<sup>a</sup> Isabel Ruiz Fernandez**

Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz.  
Universidad de Extremadura. 924289482. Ex. 86571. Email: miruiz@unex.es

**Fajardo Bullón Fernando**

Profesor Asociado Universidad. Facultad de Formación del Profesorado. Cáceres. Universidad de  
Extremadura. 927257050. Ex 57664. Email: fernandofajardo@unex.es

*Fecha de recepción: 28 de enero de 2012*

*Fecha de admisión: 15 de marzo de 2012*

## RESUMEN

El trabajo que presentamos a continuación, recoge los resultados y observaciones obtenidos a través de un estudio en desarrollo cuyo objetivo principal es conocer las diferencias en la utilización de las redes sociales por adolescentes embarazadas y no embarazadas. Específicamente trataremos la red social: “tuenti” por ser una de las más populares entre adolescentes españoles. Esta investigación no sólo presenta una breve comparación de la realidad de estas embarazadas y no embarazadas en la red social, sino que nos permite reflexionar conclusiones y comportamientos adolescentes observados sobre los cuáles, como profesionales, debemos actuar y en gran medida prevenir. Además con un breve estudio descriptivo, abordaremos un punto de partida, un pequeño granito de arena para continuar y conseguir potenciar la deseada atención que las embarazadas adolescentes merecen y demandan de nuestra sociedad.

**Palabras Claves:** Adolescentes, embarazo, redes sociales, Tuenti, iguales.

## ABSTRACT

The study that we present next, gathers the results and observations obtained across a study in development which principal aim is to know the differences in the utilization of the social networks



## “COMPARACIÓN EN LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES ENTRE ADOLESCENTES EMBARAZADAS...”

for pregnant and not pregnant teenagers. Specifically we will treat the social network: “tuenti” for being one of the most popular among Spanish teenagers. This investigation not only presents a brief comparison of the reality of these pregnant women and not pregnant women in the social network, but it allows us to think over conclusions and teen behaviors observed on which, as professionals, we must act and to a great extent anticipate. In addition to a brief descriptive study, we will approach a starting point, a small grain of sand to continue and to promote the wished attention that the teen pregnant women deserve and demand in our society.

**Key Words:** Adolescents, pregnancy, social networks, Tuenti, equal.

## INTRODUCCIÓN

El estudio que vamos a abordar a continuación, forma parte de investigaciones que estamos desarrollando en la línea de investigación de la adolescencia, en el Departamento de Psicología de la Universidad de Extremadura. Una de ellas, sobre la conexión a las redes sociales de las embarazadas adolescentes está publicada en esta misma revista INFAD en 2011 y otra, más actual, que aborda la vinculación de las adolescentes no embarazadas a las redes sociales. Esta comunicación, por tanto, compara sus resultados y ofrece reflexiones y conclusiones al respecto. Abre una vía de continuidad en el estudio de adolescentes y redes sociales que hemos iniciado.

Toda la fundamentación teórica figura en las otras comunicaciones, por lo que en ésta vamos a entrar directamente a plantear las diferencias entre ambos grupos.

## ESTUDIO EMPÍRICO

El objetivo de esta investigación es conocer y analizar las diferentes motivaciones que conducen a las embarazadas adolescentes a incorporarse y participar de la red social: tuenti, así como sus diferencias en relación a las adolescentes no embarazadas que también se conectan a la red social tuenti.

## HIPÓTESIS

La vinculación a las redes sociales por parte de las embarazadas adolescentes, es semejante a la conexión de las adolescentes no embarazadas.

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo se ha efectuado:

- 1.- Una observación y análisis exhaustivo tanto de la investigación realizada con la muestra de embarazadas adolescentes en “tuenti” (INFAD 2011) como de la investigación realizada con adolescentes no embarazadas en tuenti que ha sido desarrollada este año y que aparece publicada en la revista de este año. Recordando que ambas muestras fueron elegidas al azar entre los 15 y 19 años y que además mostraron interés por participar.
2. Revisión de las entrevistas personales realizadas en las dos investigaciones dirigidas a las adolescentes embarazadas y no embarazadas de la muestra.
3. Revisión de los resultados obtenidos en cada una de estos dos grupos de adolescentes analizando las diferencias.
4. Nuevas entrevistas a las adolescentes de ambos grupos (embarazadas y no embarazadas)
5. Análisis de conclusiones.



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

## MUESTRA:

La muestra del grupo de embarazadas adolescentes fue de 23 adolescentes. La muestra de adolescentes no embarazadas ha sido ligeramente mayor, 32 adolescentes.

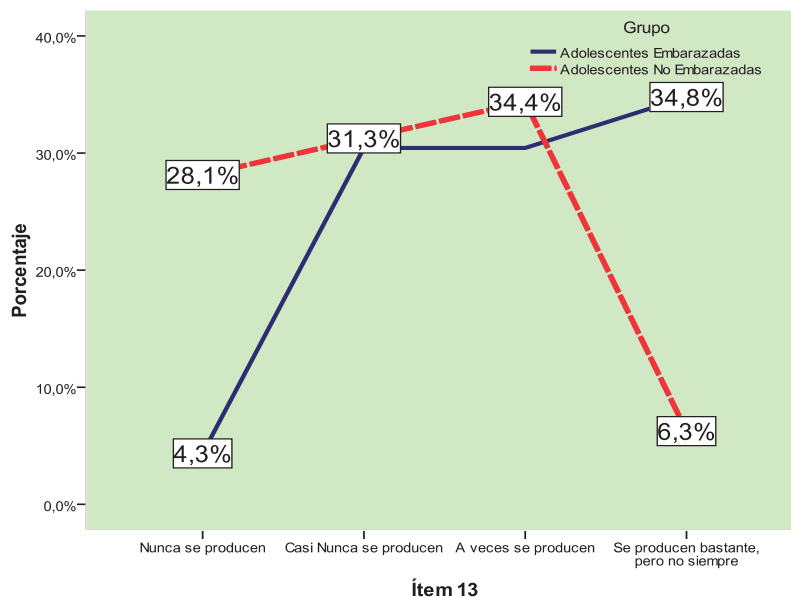
## ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis de las diferencias entre los datos, utilizamos el programa SPSS, versión PASW Statistics 17 específicamente para crear los gráficos.

Vamos a analizar los ítems más significativos donde poder establecer diferencias entre el grupo de embarazadas y no embarazadas adolescentes de tuenti.

La exposición de los ítems no es cronológica, ya que aparecen en función de la temática.

En primer lugar, observaremos qué ocurre con el ítem 13 que trata sobre los momentos de decepción (abatimiento, desilusión, contrariedad) cuando se relacionan con su grupo de tuenti.

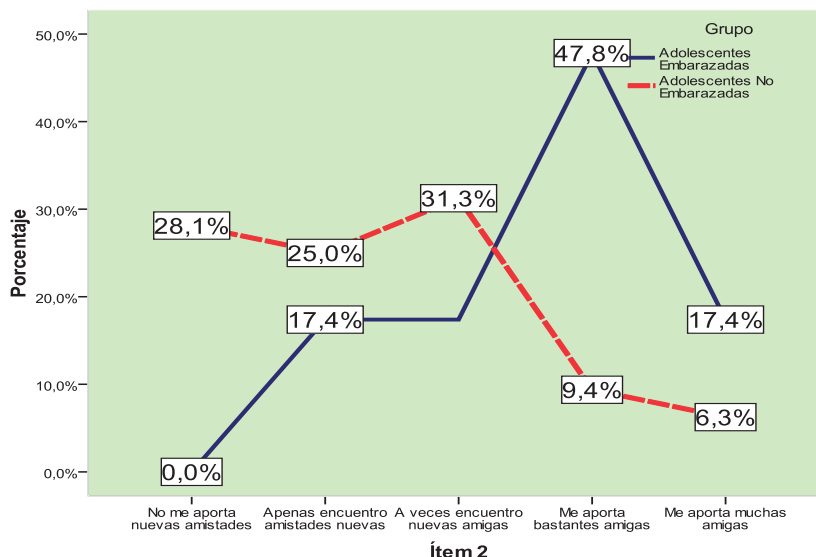


En este gráfico observamos que las adolescentes no embarazadas expresan que conectarse a la red "Tuenti" no les sirve para sentirse apoyadas por el grupo, probablemente debido a que ese círculo de amigos es muy numeroso, algunas señalan que poseen casi cien personas como conocidos en la red social, teniendo solo con el 10% de ellos, confianza absoluta a diferencia de las embarazadas, las cuales expresan que, esta red social les hace sentirse mejor al contactar con otras chicas con sus mismas circunstancias en un grupo menos numeroso. La diferencia es abismal, por lo tanto ya estaríamos rechazando la hipótesis. El grupo de conexión de las adolescentes embarazadas es menos numeroso. Además en la investigación llevada a cabo con las adolescentes obtuvimos el resultado de que las adolescentes no buscan en tuenti un apoyo emocional, cosas que las embarazadas sí.

A continuación, observamos el ítem 2 que nos habla de si Tuenti les ha permitido encontrar nuevos amigos.

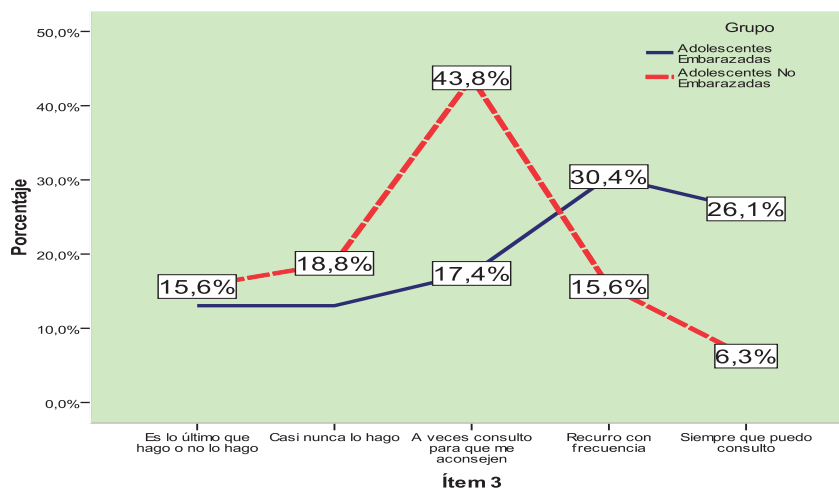


### “COMPARACIÓN EN LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES ENTRE ADOLESCENTES EMBARAZADAS...”



Como podemos observar las diferencias son muy grandes en el aporte de amistades, casi un 40% más en las embarazadas que en las no embarazadas. Mientras que las adolescentes no embarazadas generalmente no utilizan “Tuenti” como una herramienta para conocer nuevos amigos (sino para estar en contacto con su grupo de amigos), las adolescentes embarazadas la conciben como un medio para encontrar amigas con las que compartir su experiencia. Rechazaríamos nuestra hipótesis porque vemos que es diferente la conexión de las embarazadas a las no embarazadas en la red social.

A continuación vamos a observar las diferencias que observamos en el ítem 3. Este ítem se refiere a qué les supone a ellas en el caso de encontrarse mal, (sentirme triste, sola...) conectarse a la red social Tuenti.



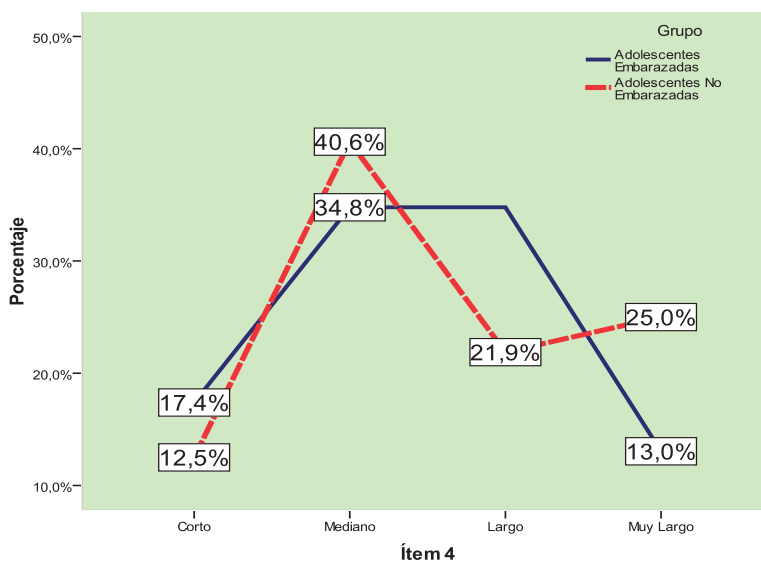
La finalidad de su uso es diferente entre los dos grupos. Observamos cómo, las adolescentes embarazadas encuentran en esta red social un lugar donde mejorar su estado anímico. Algo que no sucede en las no embarazadas, cuya frecuencia de uso para este fin es reducido. Casi un 20% más,



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

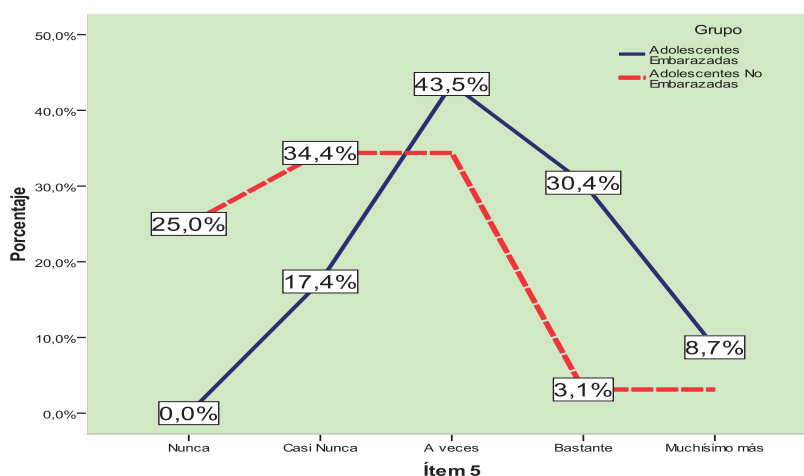
las adolescentes embarazadas consideran que siempre que pueden consultan estas redes en detrimento de las no embarazadas ya que sólo lo manifiestan un 6,3% de ellas. La diferencia es bastante clara, por lo tanto ya estaríamos rechazando la hipótesis.

A continuación observaremos si existen diferencias entre las adolescentes embarazadas y las no embarazadas en relación al ítem 4 que se refiere al tiempo que estiman permanecer en la red social



En este caso, observamos que en ambos grupos esperan permanecer en la red social principalmente a medio-largo plazo. Cabe destacar, que las adolescentes embarazadas, mostrarían una expectativa temporal mayor en el uso de "Tuenti". Al no ser los resultados exactamente similares y al encontrar pequeñas pero importantes diferencias, ya estaríamos rechazando la hipótesis.

A continuación analizaremos el ítem 5, si prefieren conectarse a la red y charlar con otras chicas de su grupo de tuenti antes que realizar cualquier otra actividad al aire libre:

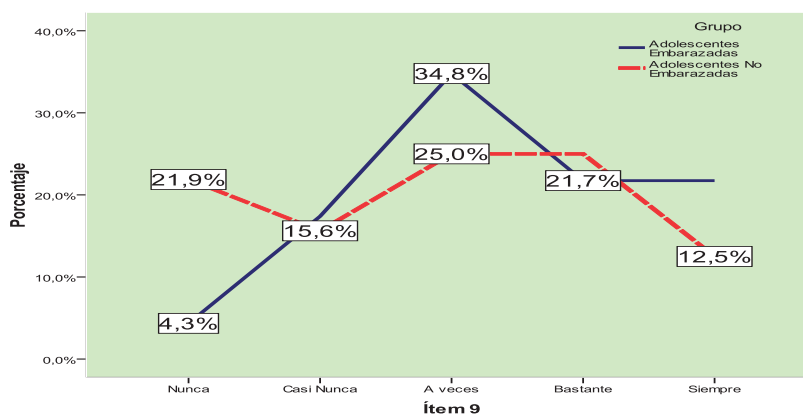




### “COMPARACIÓN EN LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES ENTRE ADOLESCENTES EMBARAZADAS...”

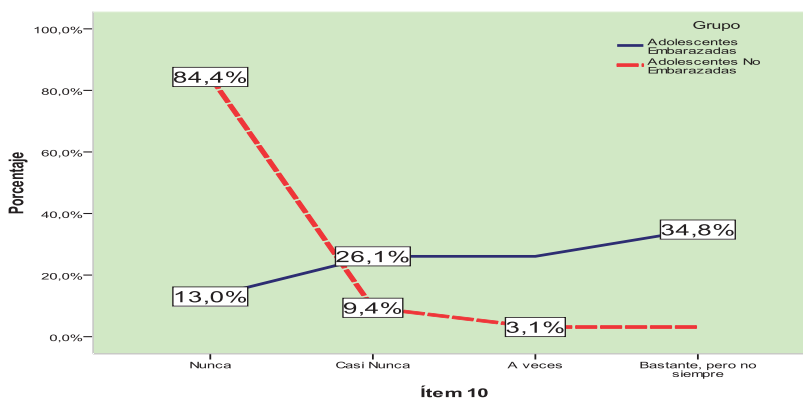
En relación a la preferencia del uso de “Tuenti” frente a la realización de otras actividades al aire libre, las adolescentes no embarazadas expresan un mayor deseo de realizar otras actividades en su tiempo libre además de usar la red social. Las adolescentes embarazadas, por su parte y, pudiendo ser debido a sus circunstancias, muestran cierta preferencia por utilizar dicha red en su tiempo libre. La gran diferencia es que el 30% más de las adolescentes que están embarazadas consideran que con bastante frecuencia prefieren tuenti a otras modalidades de ocio a diferencia de las adolescentes no embarazadas que solo el 3,1% lo prefieren. La diferencia es grande, por lo tanto también estaríamos rechazando la hipótesis.

Continuamos observando las diferencias entre las adolescentes embarazadas y las no embarazadas, ahora con el ítem 9. En este ítem trataremos de investigar si pueden sentirse libres en tuenti, y decir lo que piensan en cada momento.



Podemos destacar que, en ambos grupos se expresa un cierto sentimiento de libertad al usar la red social “Tuenti”. No obstante, contrasta el casi 22% de las adolescentes no embarazadas consideran que nunca se sienten libres, mientras que las embarazadas en su grupo de embarazadas adolescentes “nunca se sienten completamente libres” tan solo representan prácticamente un 4%. Por lo tanto, las embarazadas se sienten más libres porque se exponen a un grupo poco numeroso y más afín a sus circunstancias, compartiendo todas ellas, el hecho de que son embarazadas adolescentes. Para el resto de adolescentes, que no están embarazadas la libertad queda reducida al “quedar bien”, a ser más selectivo. Las diferencias, nos indican que estamos rechazando la hipótesis.

Continuaremos con el contraste de los resultados que encontramos para el ítem 10 que hace referencia a mostrarse ante la red desde su deseo del Yo ideal y no desde la realidad de su Yo

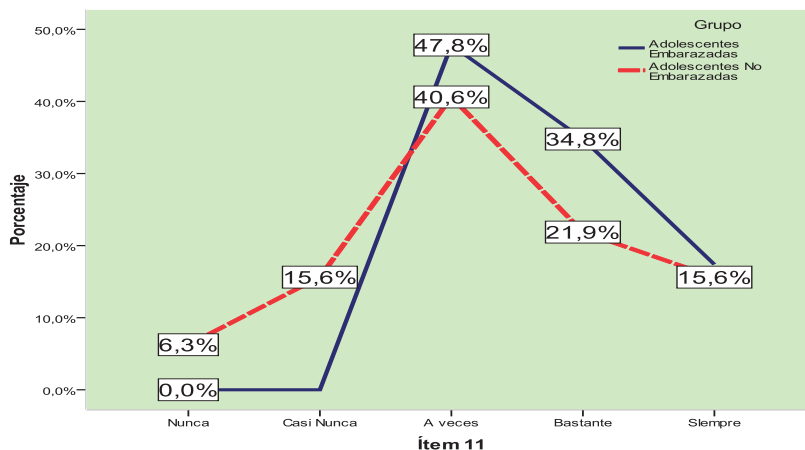




INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

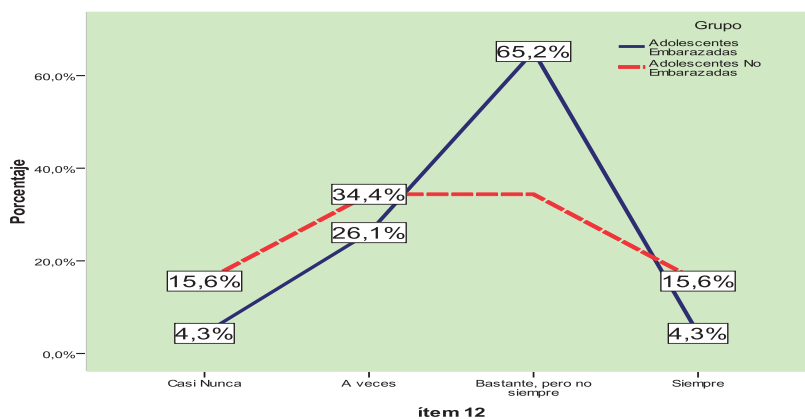
En este caso, observamos que, mientras que las adolescentes no embarazadas dicen que se muestran generalmente tal cual son, las embarazadas reconocen proyectar una imagen ideal de ellas hacia el resto, es decir no se presentan desde su realidad sino desde su deseo. También aquí rechazaríamos nuestra hipótesis de trabajo.

Observemos qué ocurre con el ítem 11. Este ítem nos muestra la relevancia de la red social con respecto a su ocio.



Este gráfico nos muestra unas puntuaciones similares entre los dos grupos. De este modo, las adolescentes encuestadas consideran que, en cierto modo, su grupo de “Tuenti” le sirve como una distracción en su tiempo libre. Es muy similar la distribución en unas y en otras, parece que hay un punto de encuentro con respecto a su ocio. Las diferencias no son grandes, sin embargo, existen pequeñas diferencias que ya nos conducirían a rechazar la hipótesis.

A continuación analizaremos el ítem 2. Este ítem se refiere a la frecuencia de la utilización de la red social en su tiempo libre.

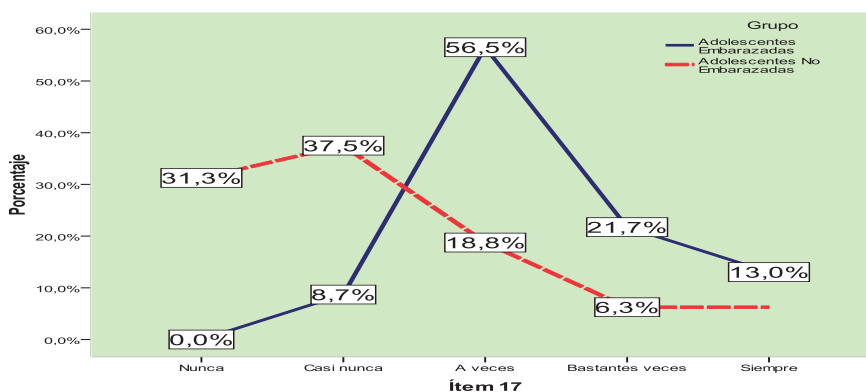


En este caso, observamos cómo las adolescentes embarazadas, frecuentan más la red social “Tuenti” en su tiempo libre que las que no están embarazadas. Llamativo es que el doble de las adolescentes embarazadas frecuentan más en su tiempo libre las redes sociales que las no embarazadas que aunque recurren con frecuencia, parece que tienen muchas más opciones.



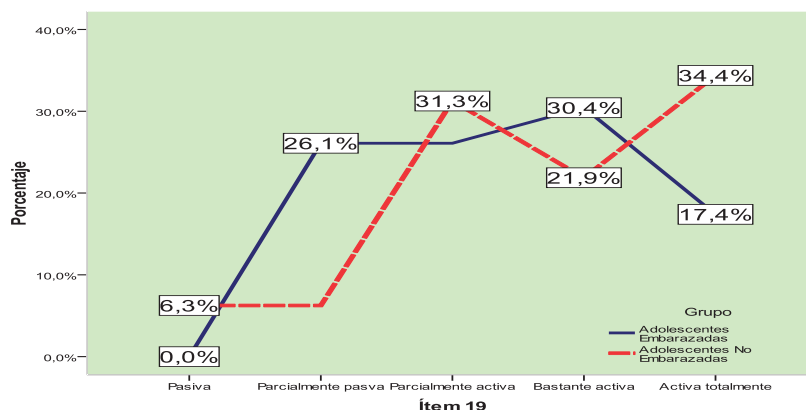
### “COMPARACIÓN EN LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES ENTRE ADOLESCENTES EMBARAZADAS...”

Vamos a observar las diferencias encontradas en torno al ítem 17. Este ítem representa el grado en que la red social sirve de refugio para las adolescentes tanto embarazadas como no embarazadas



Este gráfico nos muestra cómo para las adolescentes embarazadas la red es, con frecuencia un refugio de comprensión que utilizan como vía de escape, a diferencia de las adolescentes no embarazadas, que indican que la finalidad de su uso de esta red social no es el desahogo. Con este contraste, podemos observar que mientras la mayoría de las adolescentes no embarazadas consideran que casi nunca y nunca se conectan buscando un refugio de comprensión y vía de escape, las embarazadas consideran que a veces y bastantes veces e incluso siempre se conectan con esta finalidad. Podemos observar que rechazamos de nuevo la hipótesis planteada ya que encontramos diferencias.

A continuación veremos lo que ocurre con el ítem 19. La postura de las adolescentes dentro de la red social.



En relación a la actitud de las adolescentes en esta red social, observamos que, en ambos casos es activa, siendo más aún en las adolescentes que están embarazadas. Las diferencias encontradas no son muy significativas o concluyentes pero lo suficiente como para rechazar que no existan diferencias entre una y otra.

Una de las razones principales puede ser, que las embarazadas han abandonado sus estudios por el embarazo, razón por la que gozan de mayor tiempo de ocio para el descanso.

En la publicación de las adolescentes publicada en la revista científica de este año, concluimos que las adolescentes no embarazadas, a pesar de considerar ellas que no influía en su rendimiento académico, no deberían superar ciertas horas de conexión a la red, ya que les alejaría de otras obligaciones académicas y/o laborales. Aspecto que estamos investigando actualmente.





INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como hemos podido comprobar, hemos contrastado nuestra hipótesis y ha sido rechazada al observar diferencias entre un grupo y otro de adolescentes. Si bien, como hemos expuesto anteriormente, las observaciones y entrevistas realizadas también ocupan un lugar fundamental en nuestro estudio, complementando estos resultados. A continuación, abordaremos algunas de ellas junto con los resultados obtenidos y una breve discusión de los mismos.

El hecho de que las adolescentes no embarazadas se conecten a las redes sociales buscando un entorno de disfrute, diversión, acceso a la música actual, expresión de su identidad, contrasta con el hecho de que las adolescentes embarazadas busquen otros objetivos, además de estos primeros. Estas últimas debido a su embarazo, experimentan una serie de cambios en el estado de ánimo, en los gustos... por ejemplo, se da en ellas una cierta preferencia por la soledad y por entrar en estas redes con el objetivo de encontrar un refugio entre sus iguales que están también embarazadas.

Las embarazadas adolescentes obtienen un apoyo y complemento seguro en esta red social que les ayuda a encontrarse mejor con ellas mismas. Además creen encontrar y aprender soluciones a sus dudas e inquietudes mediante la comunicación y el apoyo grupal. Las adolescentes no embarazadas, no sienten que la red social "Tuenti" les ayude a sentirse mejor con ellas mismas, ni tampoco estar apoyadas socialmente, por lo que no suelen conectarse con el fin de calmar su malestar. También estas últimas chicas, en ocasiones, sufren algunas decepciones en el seno de esta red social. Las adolescentes no embarazadas, más bien se conectan en sus ratos libres, como una forma de pasar el tiempo o de desconectar de los estudios, y de hecho, pasan menos tiempo que las embarazadas. También, desde que conocen esta red social, ambos grupos se conectan con asiduidad, pero, reiterando lo anterior, lo hacen como una forma principalmente de ocio.

Afirmamos que, tanto en un grupo como en otro, pero preferentemente centrándonos en el de embarazadas adolescentes, se dan manifestaciones de ansiedad, que son normales (manifestadas abiertamente por ellas mismas) siempre que queden dentro de unos límites que son los de no alteración de su contacto con la realidad o consigo mismas. No son normales, siempre y cuando éstas adquieran una gran intensidad o cuando hagan sufrir a los demás o a ellas mismas, cuando por ejemplo, les condicione su propia vida y cuando se alejen de la realidad, entonces sí que necesitarán ayuda y que un/a profesional les acompañe a elaborar esta situación, la cual no se resolverá con una simple conexión a la red.

En esta red y en ambos grupos se materializan las frustraciones adolescentes, sus temores y generalmente es un punto de apoyo y solidaridad. La mayoría de las chicas aparentan presentar una alta autoestima. Esto si fuera real, especialmente en las embarazadas, generaría menor cantidad de problemas, especialmente si su nivel de bienestar con ellas mismas fuera estable.

Si nos remitimos a Rojas Marcos, L (2008) en "*La fuerza del optimismo*." recordamos que todas las personas constituimos un complejo entramado de sentimientos, pensamientos, recuerdos... Todo lo que hace una persona, todo lo que dice y piensa, está unido a la emoción. Estas adolescentes señalan que buscan emociones, que el principal motivo de estar en estas redes es: conocer más personas (en el caso de las no embarazadas) y crear lazos afectivos ( las embarazadas). Estos aspectos son difíciles de conjugar y por eso, los observamos en las adolescentes principalmente embarazadas que se apoyan en las iguales. En los momentos en los que las embarazadas adolescentes se enfrentan a problemas de este tipo, sería recomendable obtener una orientación adecuada al respecto.

Ciertamente podemos deducir que, en el grupo de adolescentes embarazadas y no embarazadas, ambos grupos encuentran "su espacio" en la red, olvidan ciertos aspectos para ellas no relevantes, (ortografía, forma de dirigirse a las demás) predominando el "fondo sobre la forma" (el con-



### **“COMPARACIÓN EN LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES ENTRE ADOLESCENTES EMBARAZADAS...”**

tenido que quieren transmitir) , por lo tanto, no se disponen a desarrollar un lenguaje formal, ni siquiera correcto ortográficamente, únicamente su objetivo es llegar al otro basándose en términos de una comunicación fluida.

La búsqueda de consejos y opiniones en relación a su gestación o cuidado del bebé (de carácter no científico) supone para las embarazadas seguir fielmente lo que el grupo comenta sin que sea científicamente lo más recomendable para ellas. Las adolescentes encuestadas no embarazadas contactan con su grupo de amigas por la red social “Tuenti” para compartir aspectos de su vida personal, pero no para buscar orientaciones a través de la red.

Entre otros aspectos recogidos, fruto de las múltiples entrevistas y observaciones realizadas, se encuentran ciertos matices que nos conducen a una “hipocresía aparente”; en términos de Elkind (1984) cuando se refiere a los comportamientos egocéntricos que surgen en la adolescencia a raíz de su acceso al pensamiento formal. Es decir, se da una discrepancia entre lo que ellas dicen y lo que hacen realmente en sus vidas. Se crean ideales, los defienden, pero una cosa es formularlos y otra es llevarlos a la práctica. Es decir, en ambas se da una cierta idealización de la realidad.

Como contraposición a los deseos de autoafirmación de los/as adolescentes en general, a través de las entrevistas y observaciones de sus escritos, podemos afirmar que en las embarazadas, aparece una inhibición de su afirmación, igual ocurre en las no embarazadas, tanto en la manera de expresarse, en la forma tan rápida de escribir mensajes, como el vocabulario que emplean para expresar sus sentimientos.

### **CONCLUSIONES**

La red social: “Tuenti” es utilizada según el estado anímico de la adolescente. Las no embarazadas, contactan con sus amigos para hablar de temas personales pero no la utilizan normalmente como un medio para mejorar su estado anímico o para conocer gente nueva que pudiera estar en su misma situación. Por el contrario, las embarazadas sí lo hacen.

Esta red social es el medio a través del cual, pueden expresar sus sentimientos, ideas y creencias. No obstante, persiguen objetivos distintos.

Ambos grupos, utilizan la red social como parte importante de su ocio, pero no en exclusividad, ya que las encuestadas, tanto embarazadas como sin estarlo, expresan que, en su tiempo libre, disfrutan también realizando otras actividades.

La conexión a “Tuenti” se realiza por ambos grupos en los ratos libres.

Tuenti es considerado un vehículo de comunicación para ambos grupos. No obstante, a veces esa comunicación no es del todo adecuada.

Las adolescentes embarazadas dicen y sienten que pueden ser ellas mismas y se muestran tal cual son. Las adolescentes no embarazadas, por el contrario, encuentran más dificultades para ello.

La identidad objetiva que les devuelve la red a las embarazadas y no embarazadas no coincide con la autoidentidad que presentan las mismas adolescentes de nuestra muestra.

Los estados emocionalmente negativos conducen a las embarazadas adolescentes a la conexión a la red. Por lo tanto, la dimensión emocional está muy presente en este grupo especialmente.

La red social es un lugar donde las adolescentes encuentran respuestas diferentes. Mientras que a las embarazadas les sirve apoyo, y “posibles soluciones” a sus interrogantes. Las adolescentes no embarazadas encuestadas, no tienen entre sus prioridades buscar respuestas en la red social.

Mientras que para las embarazadas adolescentes, Tuenti es un medio donde se reflejan la desinformación y falta de orientación académica y/o laboral, para las no embarazadas, Tuenti es lugar de discusión y desahogo de temas como pueden ser los académicos (calificaciones, exámenes...)



## INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Podemos concluir finalmente, que el objetivo principal de esta investigación se ha cumplido, ya que conocemos las diferencias entre las motivaciones de las adolescentes embarazadas y no embarazadas que les conducen a conectarse a la red social. Podemos afirmar, que la motivación que conduce a las primeras es encontrar un refugio en el que poder compartir con otras personas en su misma situación, todos los sentimientos que la gestación les ha despertado. Para las otras, sin embargo forma parte de su vida y ocio, pero no como refugio de problemas. Nos hemos encontrado con dos perfiles adolescentes muy distintos, aunque con un mismo objetivo: “comunicar y escuchar”.

### LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

- 1.- Consideramos que en otras investigaciones futuras deberemos analizar en las adolescentes embarazadas las necesidades nuevas que les ha presentado su gestación y cual debe ser la respuesta que los diferentes sistemas sociales deben ofrecerles.
- 2.- Identificar las necesidades que poseen las adolescentes y que refleja la red. Principalmente el aspecto académico y/o laboral, por el abandono de ellos debido al embarazo.
- 3.- La red social es un medio a través del cual podemos observar el desarrollo de la etapa adolescente, por ello en ambos grupos de adolescentes, observamos la búsqueda que realizan de su identidad para posteriormente construirla.

### BIBLIOGRAFÍA

- Arcila, C. (2010). *La presentación del sí-mismo en blogs y redes sociales*. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 3 (1)
- Coleman, John. Leo B. Hendry. (1999) *Psicología de la adolescencia*, capítulo VII: la sexualidad del adolescente. Ediciones Morata
- Fajardo Caldera, M. I. (2002). *El despertar del deseo sexual en la adolescencia*. En *Psicología de la Infancia y de la Adolescencia: Nuevos Retos, nuevas respuestas* Pág. 269 a 275. En Fajardo Caldera y otros. Psicoex Badajoz
- Fajardo Caldera, M. I. Y otros (2003): *Factores personales y sociales que influyen en la decisión de ser madre en las diferentes etapas de la vida*. Psicoex.
- Fajardo Caldera; M.I (2003): *Presiones internas y externas que operan en quien es el adolescente*.
- Fajardo Caldera, M. I. (2004). *Presiones internas y externas que influyen en quién es el adolescente*. En Fajardo Caldera y otros: *Infancia y Adolescencia: Desarrollo psicológico y propuestas de Intervención*. PSICOEX. Pág. 33 a 51.
- Fajardo Caldera; M. I., Casanueva Carmona N. y otros (2011). *Aportaciones de las redes sociales a las adolescentes embarazadas*. Revista INFAD: International Journal of developmental and Educational Psychology. Desafíos y Perspectivas Actuales de la Psicología en el mundo de la adolescencia. Año XXIII; N° 1 - VOL.2- 2011, 381-393.
- Rojas Marcos, L (2008) *La fuerza del optimismo*. Madrid. Editorial: Punto de lectura.
- Martín Seligman, E.P. (2011) *La vida que florece*. Ediciones B, S A. Barcelona

